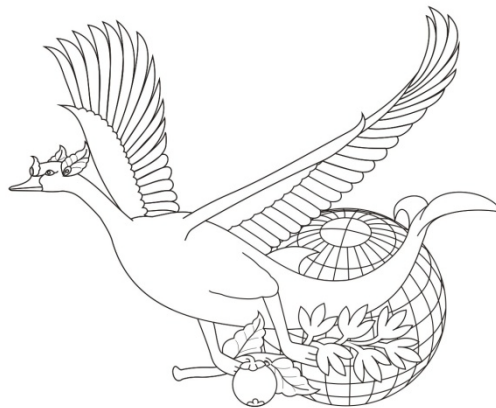


**PENERIMAAN MASYARAKAT SIMO
TERHADAP KOMODIFIKASI KEHIDUPAN PRIBADI
DALAM SEGMENT HIPNOTIS
PROGRAM “SUKA SUKA UYA” DI MNC TV**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1
Program Studi Televisi dan Film
Jurusan Seni Media Rekam



Hanief Novia Pahlevi
NIM.08148133

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA
2014**

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

**PENERIMAAN MASYARAKAT SIMO
TERHADAP KOMODIFIKASI KEHIDUPAN PRIBADI
DALAM SEGMENT HIPNOTIS
PROGRAM “SUKA SUKA UYA” DI MNC TV**

Disusun oleh

Hanief Novia Pahlevi
NIM: 08148133

Telah dipertahankan di hadapan dewan penguji skripsi
Institut Seni Indonesia Surakarta
Pada tanggal 5 Februari 2014
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji

Ketua Penguji : Drs. Henri Cholis, M.Sn.
Penguji Bidang : Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A.
Penguji Pembimbing : Fitri Murfianti, S.Sos, M.Med.Kom.
Sekretaris : Donie Fadjar K, SS., M. Si., M.Hum.



Surakarta, 5 Februari 2014

Institut Seni Indonesia Surakarta
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Dra. Hj. Sunarmi, M. Hum.
NIP. 19670305 199803 2 001

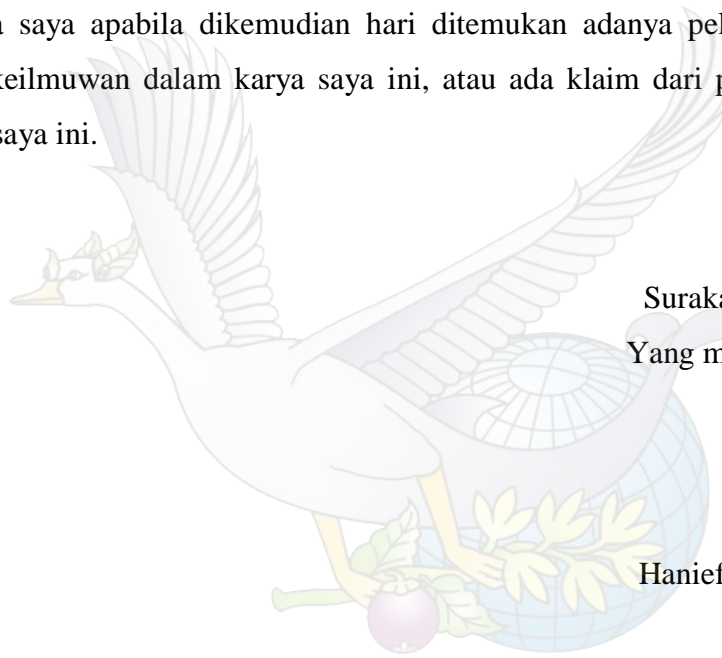
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Penerimaan Masyarakat Simo Terhadap Komodifikasi Kehidupan Pribadi dalam Segmen Hipnotis Program “Suka Suka Uya” di MNC TV beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/ sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap karya saya ini.

Surakarta, Februari 2014
Yang membuat pernyataan

Hanief Novia Pahlevi



MOTTO

“ Kau tidak harus berjalan lurus, bergoyang atau berbalik jika kau ingin, selama itu adalah jalanmu sendiri. Berjalanlah dengan kakimu sendiri ”





PERSEMBAHAN

**Untuk Ayahku Sutarto, Ibuku Suharti
dan Adik-adiku Titania, Dito yang selalu
memberikan semangat dan motivasi
disetiap langkahku.
Terima kasih atas dukungan yang kalian
berikan dalam proses penyusunan skripsi
ini.**

ABSTRAK

PENERIMAAN MASYARAKAT SIMO TERHADAP KOMODIFIKASI KEHIDUPAN PRIBADI DALAM SEGMENT HIPNOTIS PROGRAM “SUKA SUKA UYA” DI MNC TV.

(Hanief Novia Pahlevi, 2014) Skripsi S-1 Prodi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.

Penelitian ini berawal dari hadirnya program acara televisi yang mengangkat tentang kehidupan pribadi seperti tayangan “Suka Suka Uya”. Kehidupan pribadi yang dahulu menjadi sesuatu hal yang sangat private telah dikomodifikasi menjadi sebuah tayangan untuk meraup kapital bagi pemilik modal melatar belakangi penelitian ini. Pengamatan awal pada program acara “Suka Suka Uya” menunjukkan bahwa tayangan tersebut tidak ada nilai edukasi dan hanya mengumbar permasalahan kehidupan pribadi setiap bintang tamu yang dihadirkan, hal ini kurang pantas jika ditayangkan di televisi dan dikonsumsi oleh khalayak umum. Masyarakat Simo terpilih menjadi informan karena bagi sebagian besar masyarakat masih tabu akan masalah kehidupan pribadi yang diangkat kemuka umum. Masalah ini kemudian difokuskan pada bagaimana penerimaan masyarakat Simo terhadap komodifikasi kehidupan pribadi program “Suka Suka Uya”. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan penerimaan khalayak di Kecamatan Simo terhadap komodifikasi kehidupan pribadi dalam segment hipnotis program “Suka-Suka Uya”. Skripsi ini menggunakan metode kualitatif. Dalam memahami penerimaan masyarakat terhadap program acara tersebut digunakan *reception analysis*. Pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana khalayak menerima isi pesan yang disampaikan oleh media. Penerimaan khalayak tersebut bukan semata-mata diperoleh pada saat menyaksikan apa yang disampaikan oleh media, akan tetapi diperoleh berdasarkan proses panjang yang terakumulasi menjadi sebuah pengalaman berharga dalam diri khalayak yang kemudian membentuk pola pikir dan cara pandang yang berbeda-beda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan masyarakat Kecamatan Simo terhadap komodifikasi kehidupan pribadi dalam tayangan “Suka Suka Uya” berada pada posisi *oppositional dan negotiated*. Hal tersebut dipengaruhi beberapa faktor seperti latar belakang sosial, pekerjaan, umur, jenis kelamin, pendidikan dan lingkungan tempat tinggal.

Kata Kunci: penerimaan, komodifikasi, kehidupan pribadi, “Suka Suka Uya”.

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga diberikan kemudahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi guna memperoleh gelar sarjana.

Dalam penulisan ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal tersebut dikarenakan kurangnya referensi dan daya analisis serta pengetahuan yang sangat terbatas yang dimiliki. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu diucapkan banyak terima kasih kepada:

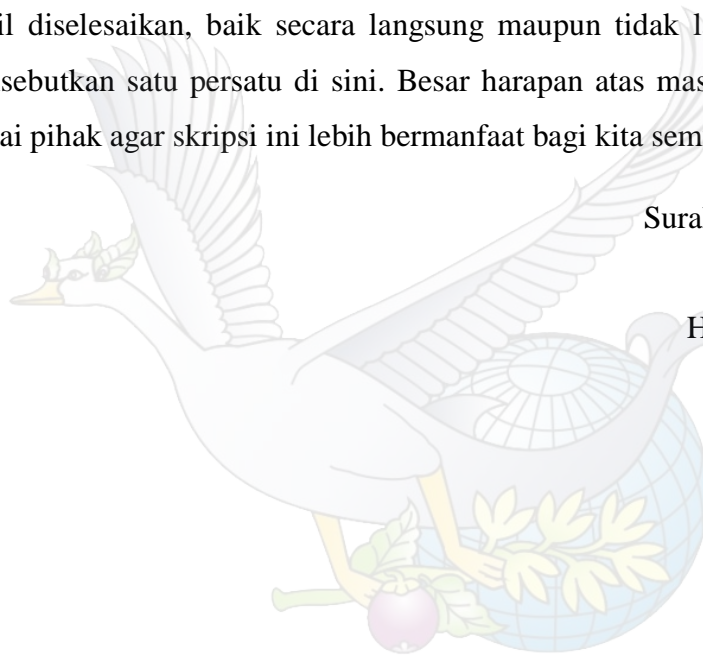
1. Prof. Dr. Sri Rochana W, S. Kar, M. Hum selaku rektor Institut Seni Indonesia Surakarta.
2. Dra. Hj. Sunarmi, M.Hum selaku dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain.
3. NRA Candra DA, M.Sn. selaku Ketua Jurusan Seni Media Rekam Institut Seni Indonesia Surakarta.
4. Fitri Murfianti, S.Sos., M.Med.Kom yang telah dengan sabar membimbing dan membantu sampai proses skripsi ini selesai.
5. Ranang Agung S., S.Pd., M.Sn. selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi.
6. Citra Dewi Utami S.Sn, M.A. yang telah memberikan masukan dan saran untuk kesempurnaan skripsi.
7. Donie Fadjar K, SS., M. Si.Hum yang telah membimbing dan membantu memahami sistematika penulisan skripsi.
8. Masyarakat Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali yang bersedia menjadi informan kegiatan FGD.
9. Keluarga tercinta, Ayah, Ibu, Adik-adikku Titania, Dito serta seseorang yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa untuk kelancaran proses pendidikan.

10. Iran, Tyas, Daniel, Israfan, Aldi, Yoga yang ikut membantu proses pelaksanaan FGD di Boyolali.
11. Petugas perpustakaan FSRD ISI Surakarta, Bu Tutik dan Mas Ali yang telah melayani pinjaman buku referensi demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh rekan-rekan yang tidak bisa disebutkan satu-satu atas kerjasama yang tulus selama ini.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga skripsi ini berhasil diselesaikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak bisa disebutkan satu persatu di sini. Besar harapan atas masukan dan kritik dari berbagai pihak agar skripsi ini lebih bermanfaat bagi kita semua.

Surakarta, Februari 2014

Hanief Novia Pahlevi



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. LatarBelakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. TujuanPenelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Teori	8
2. Praktik	9
E. Tinjauan Pustaka.....	9
F. Landasan Teori.....	13
1. TeoriEkonomiPolitik.....	13
2. Kapitalisme di RanahPenyiaran Indonesia.....	16
3. Komodifikasi	17
4. Teori Encoding-Decoding Stuart Hall	23
G. Metode Penelitian.....	30
1. Jenis Penelitian.....	30
2. Obyek Penelitian	30
3. Sumber Data.....	30

a.Data Primer.....	31
b.Data Sekunder	31
4. Teknik Pengumpulan Data	32
5. Validitas Data.....	34
6. Analisis Data	34
a. Reduksi data	36
b. Sajian data	36
c. Penarikan simpulan dan verifikasi	37
H. Sistematika Penulisan.....	38

BAB II MASYARAKAT SIMO

A. Profil Masyarakat Simo.....	41
B. Visi dan Misi Kecamatan Simo	42
1. Visi	42
2. Misi	43

BAB III. PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN HASIL *FOCUSED GROUP DISCUSSION* (FGD)

A. Pelaksanaan <i>Focused Group Discussion</i> (FGD)	49
B. Hasil analisis Penerimaan Masyarakat Simo Terhadap Komodifikasi Kehidupan Pribadi Segmen Hipnotia Program “Suka Suka Uya” Di MNC TV	66

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1. Proses Encoding-Decoding Stuart Hall.....	25
Gambar 2. Skema Alur Fikir	33
Gambar 3. Skema Mode Analisis Kualitatif	37
Gambar 4. Peta Kecamatan Simo	38
Gambar 5. Cover Acara “Suka Suka Uya”	41
Gambar 6. Segmen Hipnotis bintang tamu	42
Gambar 7. Peneliti saat Memberikan Sambutan.....	51
Gambar 8. Pemutaran tayangan “ Suka Suka Uya”	52
Gambar 9. Suasana Pelaksanaan FGD	53
Gambar 10. Peserta saat Menyampaikan Pendapat dalam FGD.....	67
Tabel 1. Identitas Sumber Informan FGD.....	31



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kajian ini berawal dari keprihatian terhadap program-program acara televisi di Indonesia. Setelah sebelumnya banyak program acara televisi yang menampilkan goyangan hingga menjadi tren di masyarakat, kini muncul tren baru

acara televisi yaitu adegan hipnotis atau hipnosis. Beberapa program acara televisi yang menampilkan adegan hipnotis yaitu *Suka-Suka Uya (Susuy)* tayang di MNCTV, *Yuk Keep Smile (YKS)* tayang di Trans TV, *Campur-Campur* tayang di ANTV dan *Sabtu Minggu Seru (SMS)* tayang di Trans7.

Hipnotis berasal dari bahasa Yunani “hypnos” yang berarti tertidur, sekalipun pada praktiknya orang yang dihipnotis tidak sama dengan tidur.¹ Jadi sebenarnya hipnotis adalah salah satu bentuk kondisi kesadaran yang sangat rileks dan responsive terhadap arahan orang lain ataupun diri sendiri. Rileks berarti anda melepaskan diri dari kesibukan berlogika, lepas dari memikirkan agenda kegiatan sehari-hari.¹ Bisa dijelaskana hal ini tidak dalam kesadaran penuh

“Suka Suka Uya” merupakan sebuah program yang menampilkan adegan hipnotis atau relaksasi. Pada setiap episodenya menampilkan bintang tamu yang berbeda untuk bersedia dihipnotis. Hal ini menjadikan acara terlihat unik dan ditunggu oleh para penggemar SUSUY. Rating acara ini cukup tinggi dilihat dari banyaknya iklan yang masuk diacara tersebut. Tetapi dari banyaknya penikmat acara “Suka Suka Uya”, juga terdapat kekhawatiran dari sebagian besar masyarakat yang melihat bahwa tayangan tersebut juga disaksikan oleh anak-anak dibawah umur.

Setelah melalui beberapa pengamatan program “Suka Suka Uya” terlihat terlalu vulgar dalam mengangkat kehidupan pribadi seseorang. Berikut ini merupakan potongan transkrip obrolan dalam acara “Suka-Suka Uya” yang

¹Brendan L. Smith. 2011. Hypnosis Today. American Psychological Association. Monitor on Psychology. January 2011, Vol 42, No. 1

tayang pada tanggal 14 Oktober 2013 pada pukul 22.30 dengan bintang tamu Anang dan Ashanti. Anang mendapat kesempatan lebih dulu dihipnotis oleh *host* dari program acara tersebut, yaitu Uya.

"...Uya: Kebiasaan Ashanty kalau di rumah yang Mas Anang nggak suka apa tuh?
 Anang: Ya rempongnya, terus di rumah pake daster, kaya Ibu-Ibu.
 Jeremy Tetty: Jadi yang Mas suka kalau pake apa? Yang seksi? Lingerie?
 Anang: Ya ...
 Jeremy Tetty: Yang warna apa? Merah menyala kaya cabe? Hitam? Menerawang?
 Anang: Hitam."

Pada saat giliran Ashanti, secara blak-blakan mengumbar kisah asmaranya dengan Anang Hermansyah. Dari hal-hal yang bikin Ashanty *ill feel*, sampai adegan di atas ranjang. Dalam program acara "Suka Suka Uya", Ashanty dihipnotis oleh Uya dan dijejali beberapa pertanyaan yang terlalu pribadi dari Uya Kuya. Berikut cuplikannya :

"...Uya: Romantis nggak Mas Anang tuh?
 Ashanty : Apaan, romantisnya Cuma di lagu doank.
 Uya: Emang sehari-harinya di rumah nggak romantis?
 Ashanty: Enggak, cuma romantis kalau ada maunya hehehe ...
 Anang : Maunya apa???
 Uya: Iya, maunya apa?
 Ashanty: Kalau mau lagi "ngajak" hihhi
 Uya: Biasanya ngomongnya gimana? Ngomong gimana atau langsung tindakan?
 Ashanty: Kalau dia ngomongnya sedikit langsung bertindak.

Pada program “Suka-Suka Uya” ditayangkan tayang pada tanggal 25 November menghadirkan bintang tamu Ayu Hatari dan Guntur Triyoga, dalam episode ini memperlihatkan adegan perselisihan setelah mereka dihipnotis. Mereka mengeluarkan semua yang ada didalam hatinya kepada Uya Kuya. Tidak hanya itu, merekapun sama-sama menangis dan akhirnya memutuskan untuk mengakhiri hubungan. Acara sebenarnya belum selesai, Namun Ayu Hastari meminta keluar dari lokasi syuting tersebut. Masih banyak lagi obrolan dalam tayangan ini yang mengumbar perselingkuhan masa pacaran, membuka aib, maupun privasi seseorang. Tayangan seperti itu melanggar Peraturan KPI Pasal 27 ayat 4 Tahun 2012 tentang Standar Program Siaran (SPS). Sulit menemukan nilai edukasi dalam acara yang tayang sejak 23 September 2013 setiap sore Pukul 15.00 WIB menjelang petang tersebut. Dilihat dari jam tayangnya, acara tersebut sudah memicu masalah. Pada jam itu, anak-anak juga menonton acara tersebut, sementara sebagian orang tua belum berada dirumah karena masih bekerja atau masih dalam perjalanan pulang dari kantor, sehingga tidak ada pendampingan dari orang tua ketika anak-anak sedang menonton program tersebut. Tayangan seperti ini akan membuat anak menjadi lebih cepat dewasa dari pada umurnya. Banyak pihak menilai program itu telah di *setting* atau direkayasa untuk menaikkan rating dan ujung-ujungnya mendatangkan keuntungan besar bagi stasiun televisi yang menayangkan program tersebut.

Kehidupan pribadi individu adalah merupakan kehidupan yang utuh, lengkap memiliki ciri khas dan unik. Kehidupan pribadi individu mempunyai beberapa aspek diantaranya aspek emosional, sosial psikologis, dan sosial budaya,

dan kemampuan intelektual yang terpadu secara integrative dengan faktor lingkungan kehidupan.² Sehingga kehidupan pribadi setiap orang sangatlah sensitive dan berbeda-beda setiap orangnya. Dalam hal itu, tidaklah pantas jika masala pribadi dikonsumsi oleh publik, seperti program acara yang tayang saat ini di televisi.

Televisi, menurut Douglas Kellner, telah menjadi jaringan kapitalisme maju (*advanced capitalism*) yaitu memainkan peran penting dalam menjual komoditas gaya hidup kepada masyarakat dan hanya memproduksi acara yang sedang disukai masyarakat.³ Dalam kapitalisme, tugas utama televisi adalah mengkampanyekan budaya konsumerisme sekaligus mencari keuntungan melalui iklan. Oleh televisi, kehidupan pribadi yang seharusnya menjadi sesuatu yang disimpan rapat-rapat agar tidak diketahui oleh orang lain dijadikan komoditas untuk meraih keuntungan, salah satunya melalui program acara hipnotis ini. Program acara ini dikemas sedemikian rupa untuk memenuhi selera pasar.

“Suka Suka Uya” merupakan sebuah program yang menampilkan adegan hipnotis atau relaksasi. Pada setiap episodenya menampilkan bintang tamu yang berbeda untuk bersedia dihipnotis. Hal ini menjadikan acara terlihat unik dan ditunggu oleh para penggemar SUSUY. Rating acara ini cukup tinggi dilihat dari banyaknya iklan yang masuk diacara tersebut. Tetapi dari banyaknya penikmat acara “Suka Suka Uya”, juga terdapat kekhawatiran dari sebagian besar masyarakat yang melihat bahwa tayangan tersebut juga disaksikan oleh anak-anak dibawah umur.

²Hurlock, E. B. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Erlangga. 1990. Hal 92

³Douglas Kellner, “*Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern*”, Jalasutra, Yogyakarta 2010:33

Khalayak sebagai penonton merupakan bagian yang sangat penting berkaitan dengan keberlangsungan program acara tersebut. Jumlah khalayak yang menonton program acara akan menentukan rating. Untuk mewujudkan Televisi sehat dibutuhkan kerjasama dari berbagai pihak termasuk khalayak penonton. Penonton dituntut untuk kritis dalam memilih tayangan karena penonton televisi merupakan khalayak yang aktif. Terdapat proses mental aktif yang dilakukan khalayak pada saat menonton. Mengurai kode (decoding) televisi, membaca teks, melibatkan pemahaman terhadap kode-kode yang beraneka ragam dalam medium polisemik ini.⁴

Fokus penelitian ini pada kajian khalayak, bagaimana khalayak penonton membaca dan memaknai program acara Suka-Suka Uya ini sebagai bentuk *feedback* kepada institusi yang bersangkutan untuk menentukan keberlangsungan program acara ini atau menjadikan program ini menjadi lebih baik. Berangkat dari keresahan masyarakat dan obrolan Ibu-ibu rumah tangga pada waktu arisan mengenai kehidupan pribadi yang diangkat menjadi tayangan televisi. Masyarakat penonton di Kecamatan Simo di pilih untuk objek kajian karena masyarakat Simo sendiri masih menjunjung tinggi masalah pribadi yang seharusnya ditutup rapat-rapat dari konsumsi publik. Dari hal tersebut, perlu diadakannya diskusi terarah mengenai masalah kehidupan pribadi dalam program “Suka Suka Uya”. Dalam penelitian ini difokuskan kepada Ibu rumah tangga atau Bapak yang sudah menikah dan mempunyai anak, aktif dalam keanggotaan organisasi dan menjadi leader di daerah tersebut. Masalah kehidupan pribadi yang bagi sebagian besar

⁴Graeme Burton, *Membincangkan Televisi*, Jalasutra Yogyakarta, 2007: 356

masyarakat Kecamatan Simo masih terlihat tabu dan sungkan untuk dipublikasikan menjadi nilai tersendiri untuk diadakannya Forum diskusi terarah. Diskusi ini juga diharapkan mampu memberikan pandangan dan kedepannya mampu memilih program acara sebagai tontonan yang baik dan syarat akan pesan yang lebih mendidik.

B. Rumusan Masalah

Stage Hipnotis merupakan tren baru acara televisi yaitu adegan hipnotis atau hipnosis dimana bintang tamu yang hadir dihipnotis agar lebih santai atau rileks dalam menjawab pertanyaan dari pembawa acaranya. Sesuai dalam penjelasan tersebut, tidak dalam kondisi tersadar penuh. Obrolan dalam tayangan ini banyak mengumbar perselingkuhan masa pacaran, membuka aib, maupun privasi seseorang. Kehidupan pribadi yang dahulu menjadi sesuatu hal yang sangat private telah dikomodifikasi menjadi sebuah tayangan untuk meraup kapital bagi pemilik modal. Ini melanggar Peraturan KPI Pasal 27 ayat 4 tahun 2012 tentang Standar Program Siaran (SPS) secara jelas mengatakan bahwa Lembaga Penyiaran dilarang menayangkan wawancara dengan narasumber yang sedang tidak dalam kesadaran penuh. KPI juga telah mengatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3-SPS), Pasal 50 dan 12, berbunyi, “dalam menyelenggarakan suatu program siaran baik itu bersifat langsung atau rekaman, lembaga penyiaran wajib menghormati hak privasi sebagai hak atas kehidupan pribadi dan ruang pribadi dari subjek dan objek berita”. Untuk itu perlu diketahui bagaimana khalayak sebagai penonton aktif

acara tersebut membaca dan memaknai tayangan ini sebagai rekomendasi kepada Komisi Penyiaran Indonesia terhadap stasiun televisi yang bersangkutan. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana penerimaan masyarakat Simo terhadap komodifikasi kehidupan pribadi dalam segmen hipnotis program “Suka-Suka Uya” di MNC TV.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan penerimaan masyarakat Simo terhadap komodifikasi kehidupan pribadi dalam segmen hipnotis program “Suka-Suka Uya” di MNC TV.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai nilai manfaat secara teori dan praktik.

a. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk memberikan pemahaman lebih mendalam tentang kajian *reception analysis* serta teori komodifikasi kaitannya dengan kapitalisme media.

b. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan atau rekomendasi kepada Komisi Penyiaran Indonesia terhadap stasiun televisi yang bersangkutan. Selain itu juga sebagai masukan baik bagi produsen program dalam memilih bentuk program acara yang memiliki nilai edukasi dan tidak semata-mata didasarkan pada nilai kapital. Bagi khalayak penonton televisi agar

dapat lebih cerdas dan selektif dalam memilih acara televisi. Dukungan dari semua pihak ini penting sebagai upaya mewujudkan televisi yang sehat bagi seluruh masyarakat Indonesia

E. Tinjauan Pustaka

Peneliti menemukan beberapa penelitian tentang studi khalayak, namun sejauh ini belum pernah ditemukan sebuah penelitian dimana judul, susunan kalimat, uraian analisisnya sama dengan penelitian yang berjudul **“PENERIMAAN MASYARAKAT SIMO TERHADAP KOMODIFIKASI KEHIDUPAN PRIBADI DALAM SEGMENT HIPNOTIS PROGRAM “SUKA SUKA UYA” DI MNC TV”**.

Dalam penelitian ini menemukan tiga skripsi yang terkait dengan penelitian ini. Ketiga skripsi tersebut merupakan penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai referensi dan sekaligus pembanding. Skripsi yang disusun oleh Ika Lestari tahun 2009 berjudul “Pemaknaan Komodifikasi Anak-anak di Televisi: Kajian Resepsi Khalayak oleh Ibu Rumah Tangga Terhadap Tayangan Idola Cilik 2”. Dalam penelitiannya mengulas bagaimana terjadinya komodifikasi anak-anak dalam tayangan idola cilik 2 dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa khalayak yang memiliki latar belakang pendidikan maupun status sosial ekonomi yang rendah cenderung diposisi dominan, sedangkan khalayak dengan latar belakang pendidikan dan status sosial ekonomi yang tinggi, memiliki penafsiran tertentu, sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut. Di lain pihak, khalayak berada diposisi oposisi, memiliki

pengetahuan yang mendalam tentang literasi media sehingga mereka bisa memahami dengan benar maksud terselubung dari sebuah industri televisi.⁵

Penelitian Mahmuda Cahyaningtyas, mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur yang berjudul *Motif Pemirsa Televisi Surabaya Dalam Menonton Acara Variety Show “EAT BULAGA” di SCTV*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif tentang motif pemirsa televisi Surabaya terhadap acara “Eat Bulaga Indonesia Segmen Kuis Indonesia Pintar”. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, dengan objek penelitian masyarakat Surabaya. Tujuan penelitian ini bagaimana motif pemirsa televisi Surabaya terhadap acara “Eat Bulaga Indonesia Segmen Kuis Indonesia Pintar” di SCTV dengan penggunaan teori *Use and Gratifications*.⁶ Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Mahmuda Cahyaningtyas, penelitian tentang program “Suka Suka Uya” yang tayang di MNC TV memilih khalayak masyarakat Kecamatan Simo sebagai objek kajian dan penelitiannya menggunakan deskriptif kualitatif.

Penelitian Sri Hastuti (2012), mahasiswa Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan judul *Penerimaan Guru-Guru Bahasa Indonesia SMA Surakarta Terhadap Program Kuis Main Kata Sebagai Media Pembelajaran (Studi Khalayak Televisi)*. Penelitian ini mengangkat program Kuis Main Kata yang dinilai dapat digunakan sebagai media pembelajaran Bahasa Indonesia bagi remaja. Fokus

⁵Ika Lestari, *Pemaknaan Komodifikasi Anak-anak di Televisi: Kajian Resepsi Khalayak oleh Ibu Rumah Tangga Terhadap Tayangan Idola Cilik 2*, Skripsi S-1 Universitas Diponegoro Semarang, 2009

⁶Mahmuda Cahyaningtyas, *Motif Pemirsa Televisi Surabaya Dalam Menonton Acara Variety Show “EAT BULAGA” di SCTV*. Skripsi S-1 Universitas Pembangunan “VETERAN” Jawa Timur, 2013

penelitiannya diarahkan pada bagaimana khalayak memaknai teks televisi berdasarkan teori encoding-decoding. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Focused Group Discussion (FGD), dengan objek penelitian guru-guru SMA pengajar pelajaran Bahasa Indonesia di Kota Solo.⁷ Berbeda penelitian yang dilakukan oleh Sri Hastuti, penelitian tentang program “Suka Suka Uya” yang tayang di MNC TV memilih khalayak masyarakat Kecamatan Simo sebagai objek kajian dan penelitiannya menggunakan deskriptif kualitatif.

Penelitian Ervin Candra (2013), mahasiswa Jurusan Televisi dan Film, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta. Penelitian ini berjudul Analisis Penerimaan Mahasiswa di Kota Solo Terhadap Program *Magazine On The Spot*. Focus penelitiannya adalah bagaimana penerimaan mahasiswa terhadap program acara On The Spot. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis penerimaan. Tujuan penelitian ini yakni untuk memberikan rekomendasi kepada pengelola program demi terciptanya program acara yang lebih baik dan berkualitas. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yakni FGD (Focused Group Discussion), dengan informan mahasiswa di Kota Solo.⁸ Penelitian ini dijadikan sebagai acuan, karena menggunakan metode penelitian yang sama yakni kualitatif, serta menggunakan metode analisis yang sama yaitu analisis penerimaan khalayak.

⁷Sri Hastuti, “Penerimaan Guru-guru Bahasa Indonesia SMA Surakarta terhadap Program Kuis Main Kata sebagai Media Pembelajaran (Studi Khalayak)”. Skripsi S-1 Institut Seni Indonesia Surakarta, 20012.

⁸Ervin Candra, “Analisis Penerimaan Mahasiswa di Kota Solo Terhadap Program *Magazine On The Spot*. Skripsi-S1 Institut Seni Indonesia Surakarta, 2013.

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini menggunakan referensi terutama terkait dengan analisis kajian resepsi, komodifikasi, Ekonomi Politik Media. Grame Burton dalam buku *Membincangkan Televisi* membahas tentang hakikat televisi dari segi sejarah, proses dan perkembangannya sebagai institusi hingga sampai ke khalayak. Memperkenalkan berbagai pendekatan studi televisi dengan penekanan pada perspektif budaya, posmodernisme, dan genre serta memparkan ideologi, institusi dan pemirsa.

Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal* memberikan sebuah penjelasan untuk menempatkan kedudukan ekonomi politik dalam bukunya, yang ingin disanding dan memfokuskan dengan pengkajian komunikasi. Dalam penjelasannya, Mosco memetakan terlebih dahulu kedudukan ekonomi politik dan ekonomi politik komunikasi. Berawal dengan menjelaskan ekonomi politik klasik dari Adam Smith, David Ricardo dan lainnya. Penegasan kembali terhadap pandangan kritis serta posisi epistemologis realis ekonomi politik. Penjabaran ekonomi politik yang disampaikan didasarkan pada berbagai definisi dengan menawarkan gambaran singkat mengenai perkembangan disiplin politik dan pendekatan utama melalui sejarah munculnya ekonomi politik.⁹

Douglas Kellner, *“Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern”* memperlihatkan realitas budaya populer, termasuk berita-berita televisi sebagai artefak yang bisa ditelisik dari berbagai

⁹ Vincent Mosco, 1996, 53.

perspektif. Menjelaskan sosiokultural Amerika Serikat dengan kepongahan-kepongahan hegemoni industri medianya secara terbuka.¹⁰

Metodologi Penelitian Kualitatif adalah karangan H. B. Sutopo yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini. Mulai dari paradigma ilmu hingga cara penyajian dan analisis serta mencantumkan beberapa contoh kasus penelitian kualitatif.

F. Landasan Teori

1. Teori Ekonomi-Politik Media

Kerangka memahami teks media ada tiga kerangka berfikir kritis dari beragam pendekatan mengenai pengaruh atas konstruksi teks media, yakni ekonomi-politik, organisasi, dan *cultural*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan ekonomi-politik kritis, utamanya varian structural. Ekonomi-politik kritis adalah varian studi ekonomi-politik yang mencoba bersikap kritis terhadap proses-proses liberalisme, dengan mengedepankan aspek-aspek moral dan etika sosial. Ekonomi-politik kritis merupakan respon terhadap ortodoksi paradig ekonomi neoklasik.¹¹ Kritik utama ditujukan pada kecenderungan determinasi ekonomi yang melihat faktor-faktor ekonomi sebagai satu-satunya faktor yang menentukan dinamika masyarakat modern. Paralel dengan kecenderungan ini adalah kecenderungan untuk memberi perhatian yang begitu besar terhadap faktor-faktor struktural,

¹⁰Douglas Kellner, 2010, 20

¹¹ Oscar H. Gandy Jr, "The Political Economy Approach: A Critical Challenge", 2000. 87.

dengan mengabaikan potensi dan pengaruh agen-agen sosial, yakni, negara, pasar dan masyarakat.

Memahami bentuk-bentuk komodifikasi dalam program acara di televisi, memilih pendekatan ekonomi-politik menekankan bahwa masyarakat kapitalis terbentuk menurut cara-cara dominan dalam produksi yang menstrukturkan institusi dan praktek sesuai dengan logika komodifikasi dan akumulasi kapital. Produksi dan distribusi budaya dalam sistem kapitalis haruslah berorientasi pada pasar dan profit. Kekuatan-kekuatan produksi (seperti teknologi media dan praktek-praktek kreatif) dibentuk menurut relasi produksi dominan (seperti profit yang mengesankan, pemeliharaan kontrol hirarkis, dan relasi dominan). Karenanya sistem produksi, misalnya, sistem yang berorientasi pasar ataupun negara sangatlah penting dalam menentukan artefak-artefak budaya apa saja yang perlu diproduksi dan bagaimana produk-produk budaya itu dikonsumsi.

Menurut Mosco, pengertian ekonomi-politik dapat ditinjau secara sempit dan luas. Pengertian secara sempit diartikan sebagai kajian relasi sosial, khususnya relasi kekuasaan yang bersama-sama membentuk produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya. Sumber daya ini termasuk produk-produk komunikasi seperti surat kabar, buku, video, film, dan khalayak. Dalam pengertian luas, ekonomi politik berarti kajian mengenai kontrol dan pertahanan kehidupan sosial. Kontrol dipahami sebagai pengaturan individu dan anggota kelompok secara internal dimana untuk dapat bertahan mereka harus memproduksi apa yang dibutuhkan untuk mereproduksi diri mereka sendiri.¹² Proses kontrol dalam hal ini

¹²Vincent Mosco, 1996, 26.

bersifat politis karena melibatkan pengorganisasian sosial hubungan-hubungan dalam sebuah komunitas. Sedangkan proses bertahan secara mendasar bersifat ekonomis sebab berhubungan dengan persoalan produksi dan reproduksi.

Sedangkan dalam aplikasinya, teori ekonomi-politik ini dimaksudkan untuk menghindari esensialisme komunikasi yang menganggap komunikasi sebagai satu-satunya realitas sosial paling penting. Akan tetapi sebaliknya yang terjadi adalah *decenter the media*. Menurut Mosco, *decenter the media* adalah memandang sistem komunikasi secara integral terhadap proses ekonomi, politik, sosial, dan budaya yang mendasar di masyarakat.¹³

Pandangan ini menempatkan media dalam kerangka produksi dan reproduksi yang dibentuk unsur-unsur akumulasi modal, tenaga kerja dan lain-lain. Media sama dengan dimensi ekonomi, politik, sosial dan budaya, pendidikan keluarga, agama, dan aktifitas kelembagaan. Kesemua aktifitas kelembagaan tersebut dalam kapitalisme. Singkatnya bahwa pendekatan ekonomi politik di bidang komunikasi menempatkan subjek komunikasi (media) dalam totalitas sosial yang luas dan karenanya ada kecenderungan untuk mempertimbangkan secara khusus mengenai esensialisme dalam riset komunikasi.

Kapitalisme di ranah penyiaran Indonesia perkembangan media informasi khususnya televisi, membuat jarak di dunia ini semakin hari semakin dekat. Meskipun arus informasi yang mengalir tersebut akan mempunyai dampak baik positif maupun negatif, namun hal tersebut tidak dapat dielakkan karena perubahan yang sangat dinamis saat ini. Selain itu seiring dengan berkembangnya

¹³Vincent Mosco 1996, 71.

teknologi, maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi masyarakat, termasuk dalam hal cara menonton televisi. Kemampuan televisi yang luar biasa tersebut sangat bermanfaat bagi banyak pihak, baik dari golongan ekonomi maupun politik. Bagi kalangan ekonomi televisi sering kali dimanfaatkan sebagai media iklan yang sangat efektif untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Sementara bagi kalangan politik, televisi sering digunakan sebagai media kampanye maupun sebagai media sosialisasi.

Persaingan antar stasiun televisi dalam melahirkan sebuah program yang ditayangkan memang semakin terasa. Demi mengejar gelar dalam juara peta persaingan itu, kepentingan publik yang semestinya dilindungi kini semakin ditinggalkan. Sisi idealism dan sisi kepentingan bisnis yang semestinya ditelakkan dalam posisi yang seimbang, kini tidak lagi menjadi landasan penting yang menyertai keberadaan stasiun televisi swasta itu. Dengan kata lain, para pengelola stasiun televisi itu ternyata lebih berpihak kepada sisi bisnis, dan pelan-pelan cenderung meninggalkan sisi ideal.

Industri media dibangun dengan semangat kapitalisme tentu akan menghasilkan pesan atau produk media yang berorientasi pada bertambahnya modal. Bukti untuk produk media berorientasi modal adalah banyaknya iklan komersial iklan dan besarnya pengaruh iklan dalam penentuan suatu program. Mungkin sebagian besar isi media tidak secara eksplisit menunjukkan keberpihakannya tetapi secara halus pesan-pesan kapitalisme yang menuntun pada perilaku konsumtif masyarakat disisipkan melalui tayangan televisi. Selain pesan atau produk media pro-kapitalisme, sebaliknya ada pesan media anti-kapitalisme

yang nantinya akan diresepsi oleh audiens. Pesan anti-kapitalisme bisa berbentuk kritik atas pesan/produk media kapitalisme atau praktek kapitalisme oleh media.

2. Komodifikasi

Komodifikasi (*commodification*) merujuk pada proses transformasi nilai guna ke dalam nilai tukar (*the process of transforming use values into exchange values*). Ada dua dimensi utama yang menjadikan komodifikasi ini penting dalam kajian komunikasi, yakni (a) proses komunikasi dan teknologi memberikan sumbangan penting pada proses komodifikasi secara umum dalam bidang ekonomi secara keseluruhan; (b) proses komodifikasi bekerja di masyarakat secara keseluruhan dengan melakukan penetrasi pada proses komunikasi dan institusi sehingga kemajuan dan kontradiksi dalam proses komodifikasi kemasyarakatan mempengaruhi komunikasi sebagai sebuah praktek sosial.¹⁴

Komodifikasi merupakan istilah baru yang mulai muncul dan dikenal oleh para ilmuwan sosial. Komodifikasi mendeskripsikan cara kapitalis melancarkan tujuannya dengan mengakumulasi kapital atau menyadari transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Komoditas dan komodifikasi adalah dua hal yang memiliki hubungan objek dan proses, dan menjadi salah satu indikator kapitalisme global yang kini tengah terjadi. Dalam ekonomi politik media komodifikasi adalah salah satu bentuk penguasaan media selain strukturasi dan spasialisasi.

Komodifikasi menurut Mosco adalah *the process of transforming use values into exchange values*¹⁵. Bila komodifikasi merujuk pada semua nilai tukar,

¹⁴ Vincent Mosco, 1996, 142.

¹⁵ Vincent Mosco, *"The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal"*, Sage Publications, 1996 :141

komersialisasi lebih merujuk pada nilai tukar ekonomi. Komodifikasi digambarkan sebagai cara kapitalisme membawa akumulasi tujuan kapitalnya atau mudahnya dapat digambarkan sebagai sebuah perubahan nilai fungsi atau guna menjadi sebuah nilai tukar. Dan sekarang ini telah banyak bentuk komodifikasi yang muncul dalam perkembangan kehidupan manusia. Karena mulai banyak juga yang dijadikan komoditas oleh manusia.¹⁶

Proses komodifikasi menjelaskan cara kapitalisme mencapai tujuan-tujuan mengakumulasi kapital atau merealisasikan nilai melalui transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Melalui pengumpulan komoditas yang luar biasa, kapitalisme menghadirkan dirinya sendiri ke dalam bentuk perwujudan yang nyata.

Proses komodifikasi terjadi melalui proses produksi dimana kapitalis membeli komoditas kekuatan tenaga kerja (*labor power*) dan alat-alat produksi (*the means of production*) untuk menghasilkan nilai lebih (*surplus value*) yang bisa digunakan untuk mengembangkan akumulasi kapital (*accumulation of capital*) lebih besar lagi. Kapital ini merupakan nilai yang dapat diekspansikan lebih jauh lagi dalam proses produksi dan pertukaran. Dalam proses ekspansi kapital itu terjadi proses eksploitasi (*exploitative processes*). Tenaga kerja hanya bisa menjual kekuatannya semata untuk digantikan dengan upah yang tidak sepenuhnya mampu memenuhi kebutuhan hidupnya. Komoditas tenaga kerja ini direproduksi melalui proses eksploitasi absolut (penambahan hari kerja) dan

¹⁶Vincent Mosco, *"The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal"*, Sage Publications, 1996 :141

relative (intensifikasi proses tenaga kerja) yang meningkatkan perolehan nilai lebih bagi kapitalis.

Komoditas dalam komunikasi, menurut Mosco bisa mempunyai beberapa bentuk yaitu, (1) Komodifikasi isi (*the commodification of content*); (2) komodifikasi khalayak (*the commodification of audiens*); (3) komodifikasi siberetik (*the commodification of cybernetic*) yang dibedakan menjadi 2 macam yakni komodifikasi intrinsik (*intrinstic commodification*) dan komodifikasi ekstensif (*exstentive commodification*); (4) komodifikasi tenaga kerja (*the commodification of labor*).

Komodifikasi isi (*the commodification of content*) terjadi melalui transformasi isi media menjadi produk-produk yang dapat dijual dipasar. Proses komodifikasi ini melalui transformasi pesan-pesan, mulai dari data hingga sistem pemikiran yang bermakna, menjadi produk-produk yang laku di pasar. Atau dengan kata lain, komodifikasi dalam bentuk ini merupakan proses merubah pesan dari sekumpulan data ke dalam sistem makna dalam produk-produk yang bisa dipasarkan.

Proses penciptaan nilai tukar isi komunikasi ini menggunakan keseluruhan relasi sosial yang rumit dalam orbit komunikasi yang melibatkan tenaga kerja, konsumen dan kapital. Media massa sebagai entitas ekonomi mempunyai peran langsung sebagai pencipta nilai surplus melalui produksi dan pertukaran komoditas dan peran tidak langsung melalui iklan dalam penciptaan nilai surplus sektor produksi komoditas yang lain. Dengan demikian komoditas isi media yang melibatkan transformasi pesan merupakan hasil kemampuan profesional untuk

memproduksi sebuah cerita dalam suatu sistem yang penuh makna dan selanjutnya menjadi produk yang bisa dipasarkan.

Komodifikasi dalam program televisi, dikaitkan dengan media sebagai industri budaya dan media sebagai industri ekonomi. McQuail memaparkan setiga media market. Menurut McQuail, pasar media massa terbentuk dari tiga pihak selayaknya segitiga, yakni produsen atau pengiklan, stasiun televisi, dan khalayak. Segitiga kepentingan tersebut menyebabkan pasar media terbagi menjadi dua, yakni: (1) pasar yang melayani kepentingan produsen atau pengiklan (*advertiser market*) dan (2) pasar yang melayani kepentingan khalayak (*audience market*)

Kesadaran tentang televisi sebagai industri memang membawa berbagai konsekuensi. Salah satunya adalah kentanya nuansa komodifikasi. Pada sisi ini pengelola dan praktisi televisi secara sadar akan membuat berbagai ragam acara yang bisa dijual. Akibatnya, televisi sering terjebak pada budaya instan untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya dalam waktu sesaat.

Dalam industri televisi yang dijual atau dipertukarkan bukanlah barang atau benda-benda dalam pengertian fisik, maka komoditas diformulasikan dalam karya-karya estetika yang memang sengaja dipertontonkan. Dengan demikian komodifikasi dalam program televisi merupakan proses bagaimana sebuah tayangan televisi dikemas sedemikian rupa dengan ukuran atau standar tertentu dari industri hiburan dengan perhitungan utamanya adalah kelayakan tayang dan kemungkinan mendatangkan iklan dalam jumlah besar.

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tergolong penelitian dengan menggunakan komodifikasi isi atau content yang dimana pembahasannya adalah komodifikasi kehidupan pribadi dalam program acara “Suka Suka Uya”. Dahulu kehidupan pribadi menjadi hal yang sangat private, menjadi rahasia setiap individu tetapi justru sekarang kehidupan pribadi menjadi konsumsi publik diangkat sebagai tayangan yang dikemas secara menarik dan dipasarkan ke khalayak umum dan justru mendapat rating yang bagus. Dengan penelitian ini, mampu melihat bagaimana penerimaan khalayak terhadap komodifikasi kehidupan pribadi.

3. Teori Encoding-Decoding oleh Stuart Hall

Stuart Hall adalah tokoh ilmu budaya dan sosial di Inggris yang telah memberikan banyak kontribusi dalam bidang komunikasi massa dan humaniora, diantaranya melalui teori encoding/decoding dalam diskursus televisual. Menurut Stuart Hall dalam tulisan Chris Barker, proses encoding merupakan proses menanamkan kode-kode ke dalam teks.¹⁷ Penciptaan atau pembentukan sebuah pesan diangkat dari sebuah kejadian nyata atau realitas yang terjadi di masyarakat. Semua pesan ini diolah, disusun dan dimasukkan dalam bentuk komunikasi.

Hall berpendapat bahwa model tradisional komunikasi massa telah banyak menuai kritik karena bentuknya yang liner – *sender/message/receiver*. Dalam hal ini, konsentrasi berpusat pada tingkat pertukaran pesan dari produsen ke konsumen, dan tidak menjelaskan bahwa ketiga komponen ini merupakan sebuah

¹⁷ Chris Barker, *Cultural Studies Teori dan Praktek* (Yogyakarta: Bentang, 2005), 356.

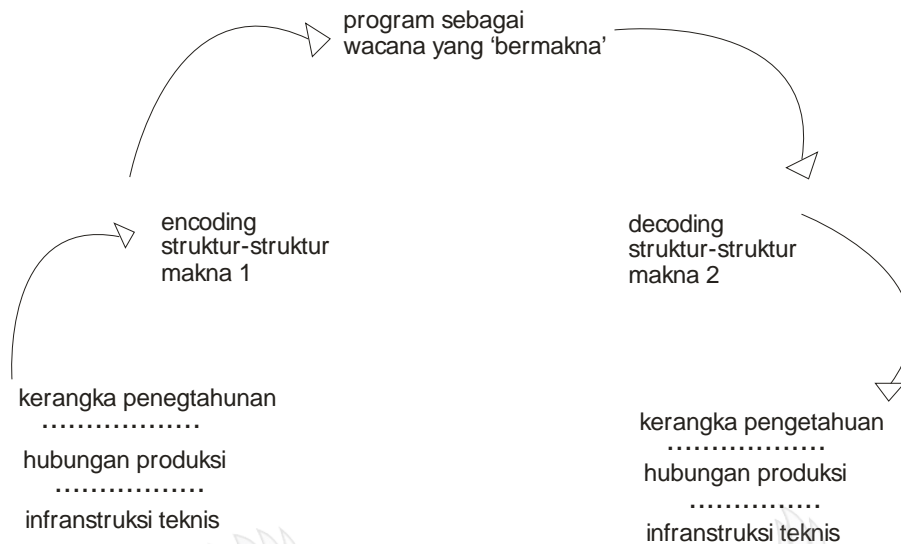
struktur relasi yang kompleks. Menurutnya, sangat mungkin apabila kita memikirkan proses ini sebagai sebuah struktur yang diproduksi dan diteruskan melalui artikulasi yang saling berhubungan (namun berbeda satu sama lain)-produksi, sirkulasi, distribusi/konsumsi, reproduksi.¹⁸

It is common for people to assume that consumption is a passive act. We just sit in front of the television and consume without engagement or activity. However, Hall is arguing that consumption is not a passive act because consumption requires the generation of meaning. Without meaning, there can be no consumption. Meaning, in turn, cannot be generated passively. We do not passively receive meaning-we have to create it ourselves. This activity is in another moment in the chain of moments to which Hall is referring.¹⁹

Kutipan diatas memaparkan bahwa sudah menjadi suatu hal yang biasa ketika orang mengasumsikan bahwa konsumsi adalah tindakan yang pasif. Bagaimanapun, Hall membantah hal ini dengan menyatakan bahwa konsumsi bukanlah tindakan yang pasif, karena konsumsi memerlukan penghasilan suatu makna. Tanpa makna, maka tidak ada konsumsi. Kita tidak menerima makna secara pasif-karena kita menciptakannya sendiri. Aktivitas ini merupakan suatu momen tertentu dalam rantai momen yang dimaksud oleh Hall. Rantai momen inilah yang kemudian dikembangkan oleh Hall seperti skema berikut ini:

¹⁸ Stuart Hall, "Encoding-decoding" dalam Media and Cultural Studies (Cornwall: Blackwell, 2006, 170.

¹⁹ Stuart Hall, 2006, 62.



Gambar 1. Proses encoding/decoding Stuart Hall
(Sumber: John Storey. 2007:12)

Dalam publikasi Hall yang berjudul *Encoding/Decoding*, dikatakan bahwa proses sirkulasi 'makna' dalam diskursus televisual melewati tiga momen yang berbeda seperti gambar diatas. Dalam contoh nyata, Hall menjelaskan ketiga momen ini melalui bagaimana kita mengkarakterisasikan proses komunikatif televisi sebagai berikut. Struktur institusional penyiaran, dengan praktik dan jaringan produksinya serta infrastruktur (termasuk para pekerja penyiaran seperti sutradara ,*visual editor*, *cameramen*, aktor/aktris) harus membuat suatu program acara. Ini merupakan proses sebuah kerja atau 'labor process' dalam metode diskursusif.²⁰ Di sini, produksi mengkonstruksikan sebuah pesan, dan oleh karena itu, rangkaian sirkuit komunikasi dimulai dari sini. Proses produksi ini tentu saja difasilitasi oleh makna dan gagasan yang didapat dari 'raw social events yang diambil dari fenomena masyarakat. Gagasan dan makna yang dikonstruksikan

²⁰Chris Barker, 2005. 128-129

(diperoleh dari pemahaman yang melibatkan produksi rutin, keahlian teknis yang diperoleh dari historical knowledge, ideologi profesional, pemahaman institusional, audience-assumptions dan seterusnya) ini membingkai rangkaian acara tersebut. Melalui proses produksi ini, mereka menghasilkan topik, tindakan, agenda, peristiwa, citra audiens, dan keterkaitannya dengan teks-teks lain dalam struktur sosial-politik yang lebih luas.

Proses pengkontruksian makna yang dilakukan oleh produsen ini direpresentasikan sebagai struktur-struktur makna 1 dalam gambar di atas, sementara produk yang dihasilkan dari proses tersebut dinamakan ‘wacana yang bermakna’ yang siap disebarluaskan kepada masyarakat. Pada proses pendistribusian, Hall menyatakan bahwa kita harus melihat audiens sebagai sumber dan penerima sebuah pesan, contohnya pesa televisi.

The consumption or reception of the television message is thus also itself a ‘moment’ of the production process in its larger sense, though the latter is ‘predominant’ because it is the ‘point of departure for the realization’ of the message. Production and reception of the television message are not, therefore, identical, but they are related: they are differentiated moments within the totality formed by the social relations of the communicative process as a whole.²¹

Berdasarkan kutipan diatas dijelaskan bahwa asumsi atau resepsi dari pesan televisi tersebut merupakan sebuah ‘momen’ tersendiri pada proses produksi dalam pengertian yang lebih luas, karena di situlah ‘titik awal perwujudan’ pesan tersebut. Oleh karena itu, produksi dan resepsi pesan televisi tidaklah identik, namun saling berhubungan. Dengan kata lain, makna dan pesan tidaklah

²¹Stuart Hall, 2006, 30.

bertukaran atau berpindah begitu saja, makna dan pesan selalu diproduksi dan direproduksi, bahkan oleh resepsi sekalipun. Pelaku komunikasi, baik yang berperan sebagai produsen atau ‘sumber’ maupun sebagai konsumen atau ‘penerima pesan’ , memiliki kedudukan yang sama. Keduanya dapat saling memberikan interpretasi atas pesan atas pesan yang disampaikan dan pada akhirnya memberikan feedback atas pesan yang diterimanya untuk kemudian digunakan dalam proses produksi (AnneAhira.com, 2012: par. 7-9). Proses inilah yang disebut sebagai struktur-struktur makna 2 dalam gambar di atas.

Hall menambahkan pula bahwa berbagai kesalahpahaman dalam penerimaan pesan juga dapat terjadi, hal ini disebabkan oleh pengaruh latar belakang setiap individu. Pada buku yang ditulis oleh John Storey “ *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*”, Stuart Hall menjabarkan ada tiga posisi hipotesis yang dari situ decoding terhadap wacana televisual bisa dibangun.²² Jadi ada tiga positioning khalayak yang membagi penerimaan khalayak terhadap sebuah program tayangan televisi. Posisi pertama disebut sebagai *dominant hegemonic*, posisi kedua disebut posisi *negotiated*, dan posisi ketiga sebagai posisi *oppositional*.

Pada ranah kajian televisi sebagai khalayak, bagaimana khalayak menerima sebuah program dapat diteliti dengan menggunakan analisis penerimaan khalayak. Analisis penerimaan dikenal juga sebagai kajian penerimaan (*reception studies*) atau *reception analysis*, yaitu sebuah pendekatan terhadap penelitian khalayak, yang memfokuskan penelitian terhadap bagaimana khalayak menerima

²²John Storey, *cultural Studies dan Kajian Budaya Pop* (Yogyakarta: Jalasutra, 2007). 14

dan memaknai program tayangan yang dilihat. Dijelaskan lebih lengkap dalam tulisan Stanley J, Baran bahwa:

Studi penerimaan merupakan teori berbasis khalayak yang memfokuskan pada bagaimana anggota khalayak memaknai bentuk konten tertentu. Salah satu ciri utamanya adalah berfokus pada isi.²³

Jadi analisis khalayak lebih mengarahkan penelitian pada bagaimana khalayak memaknai sebuah konten, atau dengan kata lain kajian khalayak difokuskan pada hubungan antara penonton dengan makna yang dibentuknya tentang program tayangan yang dilihat. Hal ini sejalan dengan pemecaran Ido Prijana Hadi terkait penerimaan khalayak, bahwa:

Konsep terpenting dari analisis penerimaan adalah bahwa teks media-penonton/pembaca atau program televisi-bukanlah makna yang melekat pada teks media tersebut, tetapi makna diciptakan dalam interkasinya antara khalayak (penonton/pembaca) dan teks.²⁴

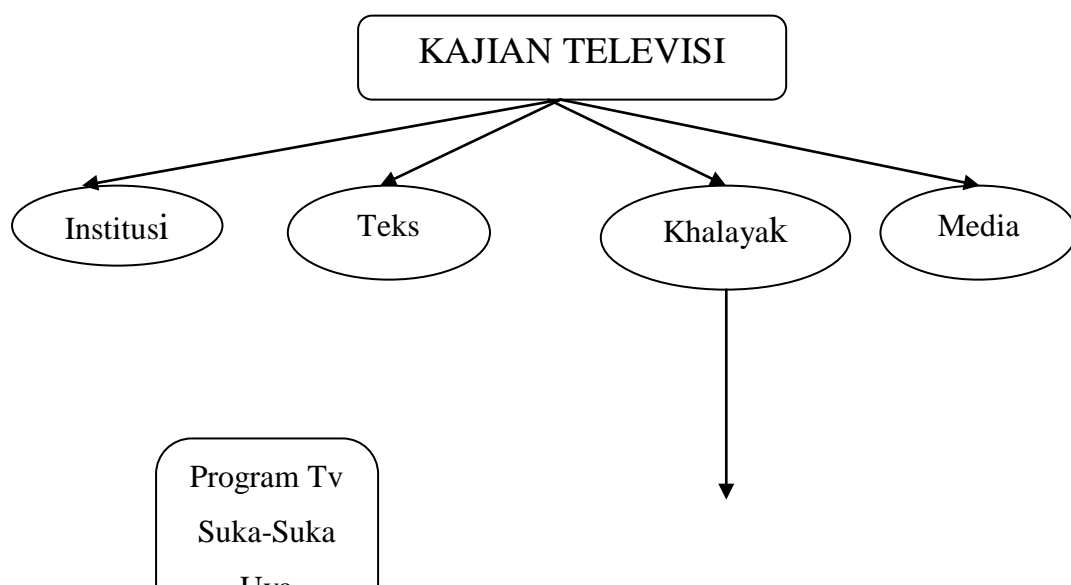
Berasas pada teori encoding-decoding serta analisis penerimaan khalayak, maka diketahui posisi penerimaan khalayak terhadap suatu program tayangan televisi. Seperti telah disinggung sebelumnya, terdapat tiga golongan posisi penerimaan khalayak, posisi pertama yaitu posisi *dominant hegemonic* dimana khalayak setuju dengan pesan yang dihadirkan oleh pembuat program dan menerima apa adanya program yang ditonton. Posisi kedua yaitu *negotiated*, dimana khalayak menerima sebuah tayangan dengan beberapa syarat atau alasan tertentu yang masih bisa dinegoisasikan. Sedangkan posisi ketiga yaitu posisi

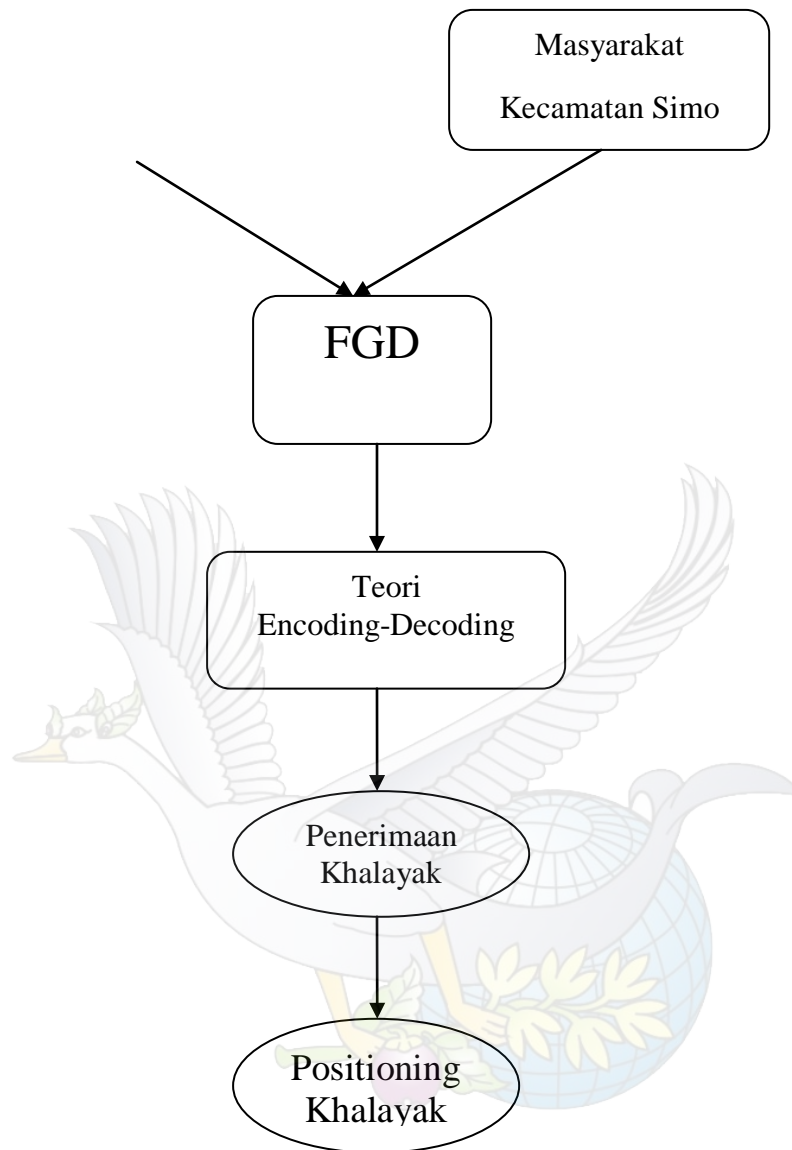
²³Baran, Stanley J. dan Dennis K, J.Davis, 2010. 304

²⁴Ido Prijana Hadi, n”Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis” dalam Jurnal Ilmiah *Scriptura*, vol;3, Surabaya, 2009.

oppositional, dimana khalayak tidak setuju dengan makna dari sebuah tayangan atau menolak pesan dari sebuah program yang ditonton.

Berdasarkan pada teori-teori di atas, maka dirumuskan sebuah kerangka berfikir yang membantu dalam proses penelitian tentang analisis penerimaan yang judulnya “ Bagaimana penerimaan khalayak di Kecamatan Simo terhadap komodifikasi kehidupan pribadi dalam program acara Suka Suka Uya, pengumpulan data diambil dengan cara diskusi terarah atau Focused Group Discussion (FGD) dengan fokus pembahasan kehidupan pribadi sebagai. Berikut detail alur berfikir penelitian ini:





Gambar 2. Kerangka Alur Fikir Peneliti
(Sumber. Olahan Peneliti)

G. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya menerangkan cara penyusunan data yang telah diperoleh selama proses pengumpulan bahan. Uraian tersebut meliputi penjelasan tentang:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau hitungan lainnya. Penelitian ini bicara tentang kehidupan, riwayat, dan perilaku seseorang, selain itu juga tentang peranan organisasi, pergerakan sosial, atau hubungan timbal balik.²⁵ Penelitian kualitatif ini merupakan kajian analisis penerimaan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana penerimaan khalayak terhadap program Suka Suka Uya. Berbagai macam informasi yang didapat saat pengambilan data dikaitkan menjadi satu, karena penerimaan khalayak satu dengan yang lain mempunyai kemungkinan yang berbeda, perbedaan tersebut dikarenakan setiap orang atau individu mempunyai *frame of reference* (kerangka piker) dan *field experience* (bidang pengalaman) pemikiran yang berbeda dan pengalaman yang tidak sama.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Simo dari berbagai golongan sosial sebagai khalayak penonton program acara “Suka Suka Uya”.

3. Sumber Data

a. Data Primer

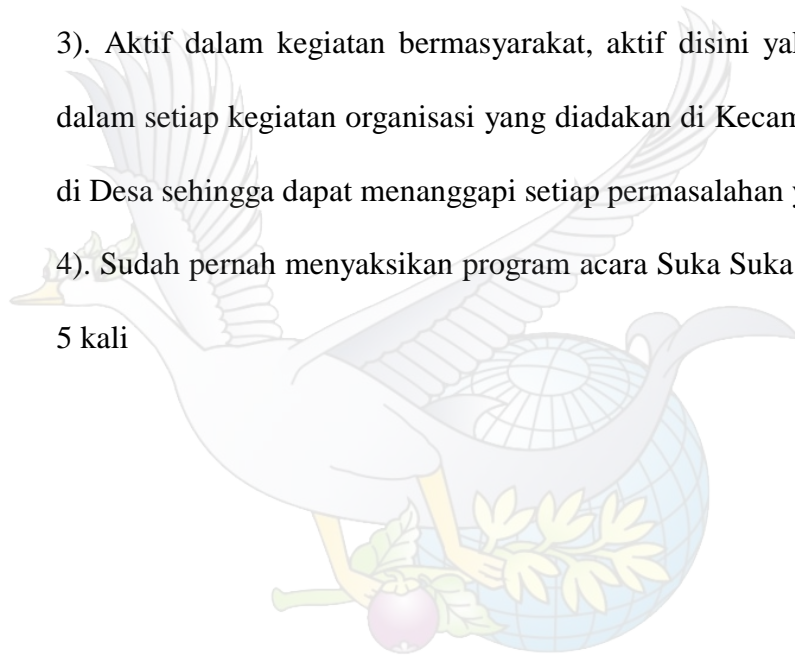
Data primer adalah sumber utama yang dijadikan bahan kajian untuk dianalisis. Dalam penelitian ini sumber data primer berasal dari uraian-

²⁵ Anselm Strauss dan Jubiet Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*, Terj. Muhammad Sodik dan Imam Muttaqien (Putaka Pelajar : Yogyakarta, 2003). 4

uraian dari beberapa masyarakat Kecamatan Simo. Data tersebut berupa pendapat yang disampaikan saat diskusi terfokus dilaksanakan.

Peserta FGD dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan, berikut ini kriterianya:




- 1). Masyarakat Kecamatan Simo
- 2). Sudah menjadi orang tua minimal usia 17 tahun dan mempunyai anak.
- 3). Aktif dalam kegiatan bermasyarakat, aktif disini yakni ikut serta dalam setiap kegiatan organisasi yang diadakan di Kecamatan maupun di Desa sehingga dapat menanggapi setiap permasalahan yang ada.
- 4). Sudah pernah menyaksikan program acara Suka Suka Uya minimal 5 kali



Beberapa informan yang terpilih sebagai peserta FGD dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1. Identitas Informan dalam FGD.

No.	Foto	Biodata

1.		<p>Nama : Sutarto</p> <p>Umur : 47 th</p> <p>Pekerjaan : Wiraswasta Pengrajin Mebel</p>
2.		<p>Nama : Gimo</p> <p>Umur : 66 th</p> <p>Pekerjaan : Pensiunan Guru</p>
3.		<p>Nama : Sukimin</p> <p>Umur : 44 th</p> <p>Pekerjaan:Wiraswasta Peternak Ayam dan Pemuka Agama di Desa.</p>

4.		<p>Nama : Niam</p> <p>Umur : 47 th</p> <p>Pekerjaan : Wiraswasta Service Elektronik</p>
5.		<p>Nama : Lastri</p> <p>Umur : 48 th</p> <p>Pekerjaan : Ibu Lurah</p>
6.		<p>Nama : Painem</p> <p>Umur : 47 th</p> <p>Pekerjaan : Ibu Bayan</p>

7.		<p>Nama : Erlin</p> <p>Umur : 31 th</p> <p>Pekerjaan : Guru SDN 3 Pelem Simo Boyolali</p>
8.		<p>Nama : Sunarti</p> <p>Umur : 27 th</p> <p>Pekerjaan : Guru SDN 4 Babadan Sambi Boyolali</p>
9.		<p>Nama : Sri Sunarsih</p> <p>Umur : 37 th</p> <p>Pekerjaan : Guru SDN 1 Pelem Simo Boyolali</p>

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pengumpulan buku-buku dan literature ilmiah yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini karena sumber data tertulis sangat diperlukan untuk menyempurnakan hasil penelitian. Informasi dari beberapa website juga yang relevan juga sebagai sumber untuk tambahan dan bagi penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian program Suka Suka Uya ini menggunakan metode *Focused Group Discussion* (FGD), yang dimana beberapa informan diminta dan dikumpulkan pada suatu tempat untuk melakukan diskusi terfokus berkaitan dengan topik permasalahan yang akandiangkat. Irwanto menjelaskan bahwa FGD berarti suatu proses pengumpulan data dan informasi yang sistematis mengenai suatu permasalahan tertentu yang sangat spesifik melalui diskusi kelompok.²⁶ Teknik ini dipilih karena dapat menggali informasi mendalam dari narasumber berkenaan dengan sikap dan pendapat khalayak tentang masalah terkait, sesuai dengan kondisi dan latar belakang masing-masing. Melalui teknik ini pada akhirnya juga dapat diketahui keinginan dan kebutuhan dari khalayak masyarakat itu sendiri, seperti dipaparkan oleh H.B Sutopo bahwa:

Teknik pengumpulan data ini (FGD) sangat bermanfaat dalam menggali data terutama mengenai sikap, minat dan latar belakang mengenai sesuatu kondisi dan juga untuk menggali keinginan serta kebutuhan dari suatu kelompok masyarakat. Pada dasarnya diskusi ini merupakan cara wawancara kelompok, dan data yang diperoleh

²⁶Irwanto, *Focused Group Discussion* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006), 1

sekaligus sudah merupakan cara wawancara kelompok, dan data yang diperoleh sekaligus sudah merupakan data anggota diskusi kelompok. Data yang diperoleh sudah merupakan data sebagai hasil dialog antar peserta disukusi.²⁷

Pada kelompok diskusi ini, digali informasi sebanyak-banyaknya tentang penerimaan khalayak terhadap program Suka Suka Uya. Demi untuk mencapai hasil sesuai dengan yang diharapkan, maka dilakukan tahapan-tahapan pelaksanaan FGD. Susunan tahapan atau langkah-langkah ini diadaptasi dari pedoman pelaksanaan Focused Group Discussion karangan Irwanto. Berikut merupakan langkah-langkah yang telah dilakukan:

- a. Menentukan topik yang diteliti. Topik dalam penelitian ini yaitu bagaimana penerimaan khalayak Kecamatan Simo terhadap komodifikasi kehidupan pribadi dalam program suka suka uya di MNC TV.
- b. Menyusun pedoman pertanyaan sebagai bahan diskusi terfokus.
- c. Menyiapkan rekaman tayangan Suka Suka Uya sebagai materi bahasan.
- d. Mengkoordinasikan tim pelaksanaan FGD.
- e. Menyiapkan lokasi, konsumsi dan dokumentasi.
- f. Menghimpun peserta diskusi, dan mengundang untuk kegiatan diskusi terfokus
- g. Berperan sebagai moderator yang bertugas memfasilitasi diskusi dan kemudian menggali informasi.

²⁷HP. Sutopo, Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian) (Surakarta: Universitas Sebelah Maret, 2006), 73.

- h. Melakukan transkrip terhadap hasil rekaman.
- i. Melakukan analisis terhadap data yang telah ditranskrip
- j. Menarik kesimpulan.
- k. Menyusun laporan.

5. Teknik Sampling

Pada awal proses penggalian data terdapat beberapa informan untuk menjadi peserta FGD. Melalui teknik seleksi tertentu akhirnya informan ditetapkan untuk selanjutnya dianalisis menjadi menjadi objek kajian. Model seleksi yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu sampling yang diambil berdasarkan pada landasan kaitan teori yang digunakan, keingintahuan pribadi, karakteristik empiris yang dihadapi dan bersifat selektif.²⁸ Pemilihan informan masyarakat Simo dipilih sesuai kriteria yang sudah ditentukan.

6. Analisis Data

Setiap unit data yang diperoleh dari beragam sumber data, selalu diinteraksikan atau dibandingkan dengan unit data yang lain untuk menemukan beragam hal yang diperlukan sesuai dengan tujuan penelitiannya. Dalam proses analisis kualitatif, terdapat tiga komponen utama yang harus dianalisis yaitu:

- a. Reduksi data

Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi

²⁸ H.B. Sutopo, Metodologi Penelitian Kualitatif; Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian (Universitas Sebelas Maret: Surakarta, 2006), 64

dari semua jenis informasi yang tertulis lengkap dalam catatan lapangan (fieldnote). Secara konteks objek penelitian ini adalah program acara “Suka Suka Uya” dalam segmen hipnotis. Abstraksi dalam penelitian ini berkaitan dengan penerimaan masyarakat Simo terhadap komodifikasi kehidupan pribadi dalam segmen hipnotis program “Suka Suka Uya” di MNC TV.

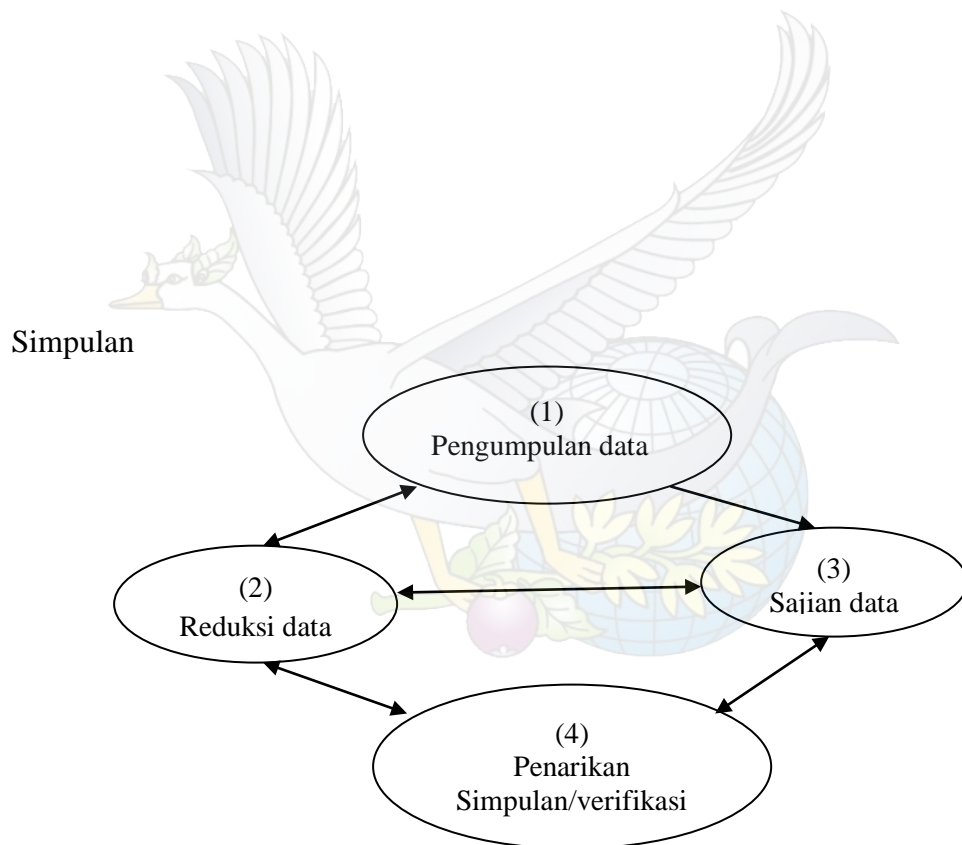
b. Sajian data

Sebagai komponen analisis kedua, sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian data ini disusun berdasarkan pokok-pokok yang terdapat dalam reduksi data, dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa peneliti yang merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis sehingga bila dibaca, akan mudah dipahami. Selain dalam bentuk narasi, dapat meliputi berbagai jenis gambar atau skema.

Sajian data yang ditampilkan dalam penelitian adalah hasil dari FGD yang dilaksanakan dengan peserta masyarakat Simo dari Desa Sidomulyo dengan bahasan utama mengenai penerimaan masyarakat terhadap komodifikasi kehidupan pribadi. Hasil FGD tersebut menjadi data utama yang diolah sebagai hasil dari penelitian. Hasil FGD dipaparkan secara detail sesuai dengan hasil diskusi dimana hasil akhirnya disajikan dalam bentuk table yang berisi nama peserta diskusi, dan pernyataan yang disampaikan dalam diskusi tersebut.

c. Penarikan simpulan dan verifikasi

Proses selanjutnya yaitu penarikan simpulan. Sebuah simpulan dari penelitian harus dapat dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan, untuk itu dilakukanlah proses verifikasi data. Sebuah kegiatan dimana dilakukan pengulangan atau penelusuran kembali data atau catatan lapangan guna memperoleh kemantapan informasi sebelum simpulan penelitian dirumuskan.



Gambar 3. Skema Model Analisis Kualitatif
(Sumber: H.B. Sutopo, 2006)

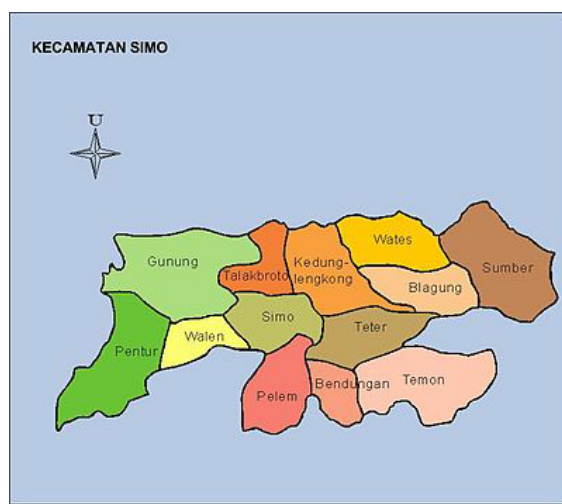
F. SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini disajikan dalam susunan 4 bab, yaitu bab 1 berisi pendahuluan yang memberikan pandangan awal mengenai penelitian ini. Pendahuluan mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika penulisan. Bab II berisi penjabaran mengenai objek kajian. Pembahasan hasil analisis disampaikan pada Bab III dan pada Bab IV adalah penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Penelitian ini juga disertai daftar pustaka serta lampiran berupa rekaman program acara Suka Suka Uya.

BAB II MASYARAKAT SIMO

A. Profil Masyarakat Simo

Objek kajian dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Simo, tepatnya Desa Sidomulyo Rt 17, Rw 05 Pelem Simo. Simo adalah sebuah nama desa dan sekaligus nama kecamatan yang berada di wilayah Kabupaten Boyolali,



Provinsi Jawa Tengah. Lokasinya terletak di timur laut ibukota Pemerintah Kabupaten Boyolali atau barat daya Bandara Internasional Adi Soemarmo Boyolali. Kecamatan Simo terletak di sebelah timur laut Kabupaten Boyolali. Luas 48,04 km² dengan jumlah penduduk 43,996 jiwa yakni Laki-laki 21,875 dan perempuan 22,121. Simo terkenal sebagai kota kecamatan pelajar. Di kota ini terdapat tugu pelajar yang dibangun tahun 1985 di perempatan Tegalrayung sebagai simbol atas kenyataan ini.

Gambar 4. Peta Kecamatan Simo

Sumber: http://id.wikipedia.org/wiki/Simo,_Boyolali

Kenyataan bahwa Simo adalah kota pelajar sangat nampak nyata, dapat dilihat dari banyaknya sekolah menengah pertama, sekolah menengah atas dan bahkan perguruan tinggi yang berdiri di daerah ini, mulai dari sekolah negeri, swasta, sampai sekolah khusus yang berbasis keagamaan. Masyarakat yang terkenal ramah, masih menjunjung tinggi budaya Jawa, gotong royong, saling kekeluargaan menjadi nilai plus bagi Kecamatan kecil ini yang juga tidak ketinggalan jaman dan mengikuti kemajuan teknologi. Alasan dipilihnya masyarakat di desa ini sebagai objek kajian dikarenakan dalam penelitian ini meneliti tentang bagaimana penerimaan khalayak terhadap acara Suka Suka Uya yang mengangkat kehidupan pribadi sebagai konsumsi publik. Dari alasan di atas menjadi hal yang unik dan menarik memilih masyarakat Kecamatan Simo sebagai objek kajian sekaligus informan dalam penelitian ini, yang pada kenyataannya Kecamatan Simo sendiri terletak jauh dari pusat Perkotaan.

B. VISI dan MISI Masyarakat Simo

1. VISI

Terwujudnya sistem Pemerintahan Simo yang efektif, bersih dan berwibawa yang demokratis, konstitusional, sehingga mampu meningkatkan pelayanan dan kesejahteraan masyarakat, menjadikan Simo yang maju berbasis pertanian, perdagangan dan religius yang mantap dalam rangka kesatuan masyarakat Simo²⁹

2. MISI

- a. Mewujudkan masyarakat Simo yang aman, adil dan damai, maju dan demokratis. Mewujudkan masyarakat yang sadar hukum.
- b. Mewujudkan masyarakat Simo sebagai salah satu Kecamatan yang dapat mendukung suksesnya Boyolali sebagai Lumbung Pangan dan Program Peningkatan Produksi Beras Nasional (P2BN) dan hasil bumi lainnya.
- c. Mewujudkan masyarakat Simo memiliki budaya perilaku hidup sehat, taat menjalankan ajaran agama dan sejahtera
- d. Mewujudkan pembangunan di berbagai sektor serta memberi kemudahan kepada investor untuk masuk di Kecamatan Simo yang tertib, sejuk, serta nyaman untuk masyarakat (Tersenyum).³⁰ Kata (Tersenyum) merupakan slogan dari Kota Boyolali itu sendiri.

²⁹ Pemkab. Kabupaten Boyolali

³⁰ Pemkab. Kabupaten Boyolali

Pada awal penelitian telah ditentukan masyarakat Kecamatan Simo yang menjadi peserta FGD adalah masyarakat yang masuk dalam kriteria yang sudah ditetapkan. Dalam kriteria ini ditetapkan informan berstatus Ibu rumah tangga atau Bapak-bapak yang sudah menikah dan mempunyai anak, aktif dalam anggota organisasi yang ada dikarenakan dapat berfikir kritis dan berani mengungkapkan pendapat, menjadi leader di daerah tersebut, berpendidikan minimal SMA (Sekolah Menengah Pertama). Dari banyaknya masyarakat Kecamatan Simo, maka digunakan teknik seleksi tertentu yang akhirnya ditetapkan sebagai informan dalam peserta FGD. Model seleksi yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu sampling diambil berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan. Pendapat dari berbagai informan tersebut akan terlihat dan diketahui bagaimana penerimaan khalayak terhadap program acara yang akan diteliti.

Beberapa orang di Kecamatan diseleksi sebagai informan untuk digali informasinya sebagai data penelitian. Proses awal dalam seleksi dan penentuan diadakan dengan melakukan kunjungan langsung ke rumah setiap warga yang akan menjadi peserta FGD. Proses seleksi calon peserta atau informan berpedoman pada beberapa kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya.

C. Deskripsi Program Suka Suka Uya



Gambar 5 . Bumper acara “Suka Suka Uya”
 Sumber: <https://www.facebook.com/pages/Suka-Suka-Uya-MNC-TV>

Program “Suka Suka Uya” pertama kali tayang di layar televisi pada bulan Oktober 2014. Sebuah program acara yang dikemas secara menarik dengan sentuhan komedi yang menampilkan berbagai hiburan diantaranya hipnotis/relaksasi ala Uya Kuya. Acara yang dipandu langsung oleh Uya Kuya dan Janeta Janet ini akan memberi warna baru sekaligus alternatif tontonan bagi para pemirsa setia MNCTV.³¹ Acara ini ditayangkan setiap hari dalam dua kali penayangan yakni pada pukul 16.30 dan 22.30 WIB. Program acara ini dibawakan oleh Host Uya kuya, co host 1 Jenita Janet dan co host 2 Jeremy Tetti. Konsep acara ini berisikan Hipnotis, pada setiap episodenya menghadirkan bintang tamu dari kalangan artis maupun selebritis yang diundang untuk bersedia di hipnotis. Segmentasi program acara ini lebih ditujukan kepada kalangan dewasa, hal ini dilihat dari isi acara yang menampilkan hal-hal yang bersifat pribadi. Program acara “Suka Suka Uya” saat ini memang sedang digandrungi di masyarakat walaupun terdapat pro dan kontra dikarenakan menampilkan masalah pribadi

³¹ <http://tvguide.co.id/deskripsi-acara/suka-suka-uya-2-18-11-2013>

orang. Seperti yang dijelaskan dalam bukunya Morrisson, sebagai berikut: pengelola program media penyiaran sudah tentu tidak dapat menyusun programnya menurut selera sendiri. Selera staf bagian program tidak dengan sendirinya merupakan selera masyarakat umum.³²

Pada awal acara para bintang tamu yang hadir akan menjadi teman kencan Uya dan berbincang atraktif dalam segmen Uya kencan. Uya akan menyisipkan beberapa pertanyaan seputar kehidupan dan kesibukan para bintang tamu yang hadir. Tak jarang para bintang tamu ini akan mendapatkan kejutan-kejutan jahil dari Uya. Yang mencuri perhatian serta daya tarik dalam program “Suka Suka Uya” para bintang tamu dibuat dalam kondisi rileks dan nyaman. Uya selaku host kerap kali mengelak jika para bintang tamunya dibuat seperti terhipnotis. Dengan kondisi relaks para bintang tamu menjawab semua pertanyaan Uya dalam kondisi mata terpejam, mereka membeberkan semuanya tentunya termasuk persoalan pribadi mereka.

Hal unik lain dalam acara ini adalah Kontes Kece Indonesia. Ajang yang diperuntukan bagi siapa saja yang merasa dirinya kece se-Indonesia ini akan menampilkan atraksi-atraksi menarik. Para peserta yang tampil bukan hanya bermodel kece saja, tetapi juga harus mempunyai bakat unik untuk menjadi pemenang kontes. Sebelum segmen hipnotis biasanya Uya selalu menawarkan set dekorasi kepada bintang tamu yang akan direlaks, ini bertujuan untuk lebih memberikan rasa nyaman sehingga bisa mengeluarkan semua isi hati.

³² Morrisson, M.A Manajemen Media Penyiaran. Jakarta 2011. Hal. 171

Selama program acara ini berlangsung, kerap terdapat tulisan di depan layar kaca seperti ini “ yang bersangkutan sudah setuju jika curhatnya ditayangkan”. Namun meskipun demikian pihak Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat, memberikan surat peringatan kepada pihak MNCTV terkait program tersebut pasalnya dalam program “Suka Suka Uya” terdapat beberapa potensi yang menyebabkan pelanggaran. Isi peringatan KPI yang dilayangkan kepada pihak MNCTV pada tanggal 20 Desember 2013 lalu menyebutkan jika program tersebut telah melanggar Pasal 27 ayat 4 yang menyatakan jika Standar Program Siaran KPI 2012 secara jelas mengatakan bahwa lembaga Penyiaran dilarang menayangkan wawancara dengan narasumber yang sedang tidak dalam kesadaran penuh. KPI pusat berpendapat jika program “Suka Suka Uya” sering menampilkan wawancara terhadap narasumber/bintang tamu yang kondisinya tidak dalam kesadaran penuh dengan beberapa pertanyaan yang tentunya dapat memperburuk kondisi bintang tamu, yakni dengan membeberkan aib maupun rahasia lain yang dapat memicu serta menjadikan kehidupan pribadi bintang tamu menjadi bahan lelucon serta cercaan.

Secara umum format program “Suka Suka Uya” adalah sebagai berikut:

1. Judul program : “ Suka Suka Uya”
2. Jenis Program : *Variety Show*
3. Durasi : 60 menit
4. Format : Taping
5. Waktu Tayang : Senin-Minggu, pukul 15.00 WIB dan 22.00 WIB.
6. Target audiens : Dewasa

Segmen program “ Suka Suka Uya” secara global dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Opening program dengan menampilkan cover tayangan awal “Suka Suka Uya”
2. Dilanjutkan dengan segmen pertama dengan menampilkan para host, bintang tamu dan dilanjutkan dengan segmen Uya kencan dan Kontes Kece Indonesia.
3. Jeda iklan dan dilanjutkan dengan segmen berikutnya yaitu segmen hipnotis
4. Demikian hingga 3 segmen terlampaui.
5. Pada akhir acara semua host, bintang tamu dan audiens kontes kece keluar



dan ditutup dengan musik dari band pengiring.

Gambar 6. Segmen Hipnotis bintang tamu
(Sumber: Capture rekaman video, 00:36:55)

Konten tayangan “Suka Suka Uya”, merupakan program acara ringan dan menghibur yang berisikan hipnotis/relaksasi. Pada setiap episodenya menghadirkan bintang tamu yang bersedia untuk dihipnotis. Hal yang unik dan yang dinanti-nanti penggemar tayangan “Suka Suka Uya” ini adalah pada saat segmen hipnotis. Uya memberikan relaksasi dan membuat bintang tamu merasa nyaman, sehingga host sendiri bisa bebas memberikan pertanyaan-pertanyaan yang sangat pribadi sekalipun. Tak jarang pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan host menyangkut masalah pribadi, aib sehingga menjadi lelucon para pemirsa studio maupun yang dirumah. Dibawah ini transkrip adegan bintang tamu yang sedang dihipnotis:

Jeremy Tetty: Ooo gitu, jadi sedikit bicara banyak action ya.

Ashanty: Banyak banget

Anang: Tapi asyik nggak?

Ashanty: Asyik banget.

Uya: Tapi apa yang Ashanty nggak suka dari Mas Anang? Yang bikin illfeel?

Ashanty: Kalau makan suka buru-buru, malu-maluin. Terus kalau pas di studio suka lupa waktu. Aku lewat terus nggak diperhatiin. Bolak balik nawarin apa, eh dia nggak peduli. Dicuekin. Kalau pas bikin lagu pokoknya nggak mau diganggu aja.

Uya: Jadi merasa diabaikan?

Ashanty: Iya.

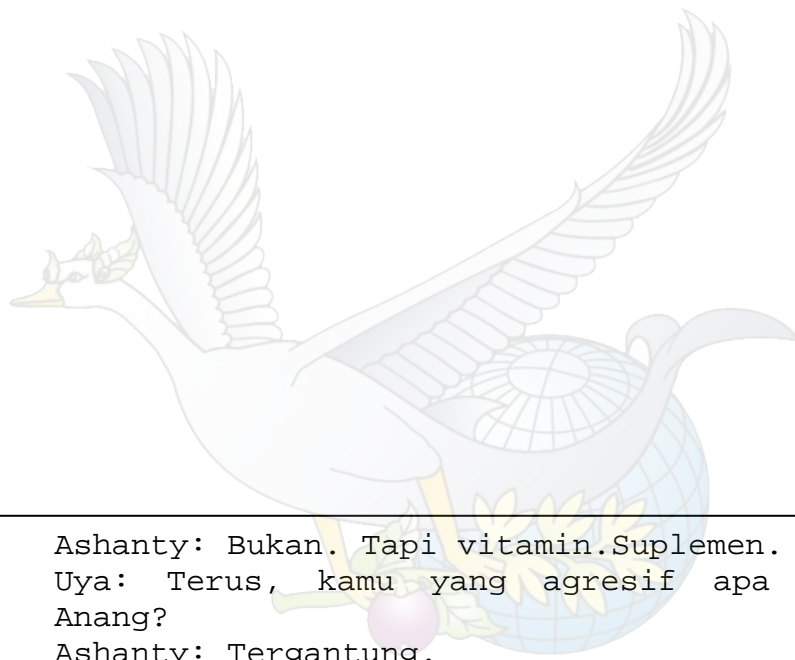
Jeremy Tetty: Terus kalau di studio jarang mandi, nggak?

Ashanty: Ya gitu, kalau di studio udah lupa waktu.

Uya: Bisa berapa hari nggak mandi?

Ashanty: O ... nggak berhari-hari. Kupaksa lah, kusiram kalau dia nggak mau mandi.

Uya: Katanya Mas Anang tuh nggak suka kalau di



Ashanty: Bukan. Tapi vitamin.Suplemen.

Uya: Terus, kamu yang agresif apa Mas Anang?

Ashanty: Tergantung.

Uya : Lebih sering kamu atau dia yang minta.

Ashanty: Dia sih

Jeremy Tetty: Minta apa?

Ashanty: Minta gituan. Iya tapi aku perempuan kan suka capek, habis dia mintanya setiap hari.

Uya: Terus kamu pernah nolak, nggak?

Ashanty: Iya juga.

Uya: Dia marah nggak?

Ashanty: Istri katanya nggak boleh nolak. Dosa gitu. Tapi kan kadang sudah capek, mau ngapain ngapain, kadang sudah nggak mood. Tapi kadang mood juga.

Uya: Mas Anang tahan lama, nggak?


Ashanty: Iya, tapi kalau terlalu lama aku bête juga.

Uya: Kamu pernah cemburu, nggak?

Ashanty: Pernah lah.

Uya: Sama siapa?

Ashanty: Ya sama cewek-cewek yang pernah sama dia dikit. Tapi bukan cemburu kaya



BAB III

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN HASIL *FOCUSED GROUP DISCUSSION* (FGD)

A. Pelaksanaan *Focused Group Discussion*

Persiapan pelaksanaan FGD dilawali dengan proses penyeleksian masyarakat Simo sebagai informan atau peserta diskusi terfokus memakan kurang lebih 1 minggu sebelum jadwal pelaksanaan FGD. Ada sekitar 12 anggota masyarakat Simo yang berhasil diminta untuk menjadi informan yang berasal dari latar belakang sosial yang berbeda-beda. Peserta tersebut dipilih berdasarkan

kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, antara lain sudah beberapa kali melihat acara “Suka Suka Uya”, menjadi opinion leader atau pemuka agama di daerah tersebut, aktif dalam anggota bermasyarakat, sudah menikah dan mempunyai anak, tokoh agama dalam daerah tersebut, aktif dan kritis dalam menyikapi masalah yang sedang terjadi.

Proses selanjutnya yaitu menghubungi seluruh peserta dan memastikan dapat hadir dalam diskusi kelompok terfokus. Dua belas informan diundang pada waktu dan tempat yang sudah ditentukan, namun ada tiga peserta menyatakan berhalangan hadir karena alasan tersendiri, sehingga dalam kelompok diskusi terfokus ada sembilan informan yang bisa hadir sebagai peserta.

Tempat lokasi FGD dipilih di Rumah Bapak Wagiman dikarenakan lokasi mudah dijangkau dan dekat dengan rumah peserta disamping itu mempunyai ruangan yang cukup luas dan tenang sehingga diharapkan para peserta FGD bisa mengeluarkan pendapat mereka secara bebas guna mendukung kelancaran proses terlaksananya FGD.

Setelah tempat untuk pelaksanaan FGD ditetapkan maka dipersiapkan peralatan pendukung untuk memaksimalkan jalannya FGD. Peralatan yang digunakan antara lain: laptop digunakan untuk merekam suara yang disalurkan dengan mixer, LCD Projector digunakan untuk memutar program “Suka Suka Uya”, kamera 7D digunakan untuk mengambil dokumentasi kegiatan FGD, krezt k-818 condensor dan shure beta 58 yang disambungkan mixer sebagai alat perekam suara.

Focused Group Discussion (FGD) dilakukan guna memperoleh opini dan pendapat masyarakat Simo tentang komodifikasi kehidupan pribadi yang ada dalam tayangan hipnotis “Suka Suka Uya”. Setiap khalayak mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam memandang dan memaknai sebuah program. Penerimaan dalam memaknai sebuah program dapat dipengaruhi berbagai faktor misal: faktor sosial, bidang pengalaman dan kerangka berfikir dari khalayak itu sendiri. Penelitian ini melihat bagaimana penerimaan khalayak dalam membaca dan memaknai komodifikasi kehidupan pribadi dalam program “Suka Suka Uya”. Sudut pandang dalam penelitian ini digunakan untuk memaknai program tersebut.

FGD dilaksanakan pada tanggal 12 Januari 2014 yang dilaksanakan di rumah Bapak Wagiman dengan seorang moderator yang memimpin jalannya FGD. Metode *Focused Group Discussion* (FGD) dipilih dalam proses pengumpulan data karena melalui FGD dapat diperoleh data kualitatif yang bermutu dan dalam waktu yang relative singkat.³³ *Focused Group Discussion* sendiri bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerimaan khalayak masyarakat Simo terhadap komodifikasi kehidupan pribadi yang ada dalam program hipnotis “Suka Suka Uya.

Pada hari yang sudah dijadwalkan, bersama dengan beberapa teman yang ikut membantu mempersiapkan semua kelengkapan yang akan digunakan untuk menunjang pelaksanaan *Focused Group Discussion*. Mulai dari pengecekan semua kelengkapan alat yang digunakan, snack dan makan yang dibagikan kepada

³³ Irwanto, 2006, 5

para peserta, dan tempat yang harus sudah tertata rapi. Kuarang lebih pukul 10.00 WIB para peserta sudah mulai datang di Rumah Bapak wagiman. Setelah semua persiapan selesai serta semua peserta sudah hadir maka kegiatan kelompok diskusi dimulai kurang lebih pukul 10.30 WIB.



Gambar 7. Foto Peneliti saat memberikan sambutan sebelum diskusi dimulai
(Sumber: DokumuentasiTyas, 2014)

Kegiatan FGD ini dimulai dengan sambutan dari peneliti selakumoderator, ucapan selamat datang dan ucapan terima kasih atas kehadiran peserta dalam acara diskusi. Sebelum acara diskusi dimulai para peserta diminta untuk menyaksikan cuplikan program “Suka Suka Uya” bersama-sama, hal ini dilakukan untuk mengingatkan kembali para peserta pada program tayangan yang diteliti. Berdasarkan pengamatan yang sudah dilakukan terhadap program “Suka Suka Uya”. Dari pengamatan penulis selama bulan November terhadap program “Suka Suka Uya” setiap episode memiliki kesamaan dalam pembagian segmen

salah satu segmennya menghipnotis bintang tamu yang berhasil dihadirkan. Dalam penelitian ini memilih dua episode yang dianggap lebih vulgar dan bukabukaan dalam mengangkat masalah pribadi karena fokus penelitian ini pada komodifikasi kehidupan pribadi. Sebagai sesuatu yang seharusnya disimpan rapat tetapi diangkat menjadi sebuah tayangan untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pemilik modal.

Sebelum memulai diskusi moderator menyampaikan latar belakang permasalahan penelitian. Kemudian moderator mengajukan pertanyaan pertama untuk membuka diskusi yaitu “tentang pendapat kehidupan pribadi itu sendiri seperti apa menurut para informan yang hadir”. Para informan memberikan jawaban yang beragam dalam pertanyaan ini, meskipun ada yang tidak memberikan pendapatnya.



Gambar 8: Foto Pemutaran Acara “Suka Suka Uya”
(Sumber: Tyas,2014)

Pertanyaan selanjutnya dikembangkan moderator dengan melihat arahan diskusi dari peserta FGD itu sendiri. Suasana yang tercipta pada awal diskusi ini sedikit tegang kemudian mulai mencair ketika ada jawaban dari beberapa peserta yang mengundang tawa sehingga bisa mencairkan suasana. Para peserta saling memberikan tanggapan dan tambahan atas pertanyaan yang ada dalam satu topik masalah.



Gambar 9: Foto Suasana Pelaksanaan FGD
(Sumber: Tyas, 2014)

Pelaksanaan FGD berjalan cukup lancar, sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam diskusi ini banyak yang sependapat dan menolak adanya tayangan “Suka Suka Uya” dengan berbagai alasan tetapi ada juga yang setuju dengan acara tersebut ditayangkan dengan batasan-batasan yang berlaku serta sesuai dengan nilai sosial di masyarakat. FGD berlangsung kurang lebih 1 jam yang berakhir pada pukul 12.00 WIB. Acara ini ditutup oleh moderator dengan mengucapkan terima kasih kepada para peserta atas kesediaannya untuk hadir dalam forum FGD kali ini, dengan topik pembahasan penerimaan masyarakat

Simo terhadap komodifikasi kehidupan pribadi pada segmen hipnotis program “Suka Suka Uya”. Beberapa informan yang dipilih sebagai peserta FGD dapat dilihat pada table berikut:

B. Hasil Transkrip *Focused Group Discussion* FGD

Transkrip *Focused Group Discussion* (FGD)

Hari/Tanggal : Minggu, 12 Januari 2014

Tempat : Rumah kediaman Bapak Wagiman

Peserta : 1. Bapak Gimo
2. Bapak Sutarto
3. Bapak Niam
4. Bapak Sukimin
5. Ibu Sulastri
6. Ibu Erlin
7. Ibu Sri
8. Ibu Sunarti
9. Ibu Painem

Moderator: assalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh.... Pertama-tama saya ucapkan banyak terima kasih kepada bapak-bapak ibu-ibu atas kedatangannya di tempat ini dan meluangkan waktunya untuk berkumpul. Terlebih dahulu saya akan memperkenalkan diri, saya Novi sebagai moderator mahasiswa dari institute seni Indonesia Surakarta, dan ini ada beberapa rekan saya, ada Daniel, Iran, Yoga, Tyas sebagai dokumentasi, Israfan sebagai teknisi perekaman.

Yang pertama pada pagi hari ini adalah saya ingin mengajak bapak-bapak dan ibu-ibu untuk sharing atau lebih tepatnya diskusi. Dalam Diskusi ini kita akan membahas tentang sebuah program acara yang ditayangkan di MNC TV dengan judul “Suka-Suka Uya,

yang content acaranya mengangkat tentang komodifikasi kehidupan pribadi, yang dimaksud komodifikasi kehidupan pribadi disini adalah yang dahulunya kehidupan pribadi menjadi hal yang sangat private, rahasia pribadi setiap individu, yang seharusnya ditutup rapat-rapat dan bukan untuk dipertontonkan sekarang justru menjadi konsumsi publik yang bagi pemilik dikemas secara menarik dan sedemikian rupa ditayangkan dalam tayangan hipnotis di televisi untuk meraup keuntungan bagi pemilik modal. Untuk mengingat terlebih dahulu bagaimanakah tayangan "Suka Suka Uya", kita saksikan bersama terlebih dahulu videonya.

(menyaksikan video cuplikan tayangan "Suka Suka Uya")

Baiklah kita telah menyaksikan bersama-sama video "Suka Suka Uya", untuk pagi hari ini kita akan melakukan diskusi kurang lebih 1 jam. Baik, melihat apa yang sudah kita saksikan bersama-sama, saya ingin mengetahui bagaimana pendapat dari bapak-bapak dan ibu-ibu sekalian. berkaitan dengan apa yang sedang diteliti tentang program Suka Suka Uya. Disini saya menganalisis bagaimana penerimaan khalayak di kecamatan simo terhadap komodifikasi kehidupan pribadi dalam segmen Hipnotis program "Suka suka uya di MNC TV. Latar belakang dari penelitian ini adalah kehidupan pribadi yang dahulunya menjadi hal yang sangat private, rahasia pribadi setiap individu, yang seharusnya ditutup rapat-rapat dan bukan untuk dipertontonkan sekarang justru menjadi konsumsi publik yang bagi pemilik dikemas secara menarik dan sedemikian rupa ditayangkan dalam tayangan hipnotis di televisi untuk meraup keuntungan bagi pemilik modal. Ini melanggar peraturan KPI No 33 Tahun 2009 tentang standar program siaran. Untuk itu perlu diketahui bagaimana khalayak atau masyarakat umum sebagai penonton aktif acara tersebut membaca dan memaknai tayangan ini sebagai rekomendasi kepada Komisi Penyiaran Indonesia dalam mengambil tindakan langsung kepada stasiun televisi yang menayangkan acara tersebut. Dari latarbelakang tersebut saya ingin mengetahui pendapat dan tanggapan dari setiap masing-masing individu mengenai tayangan yang mengangkat kehidupan pribadi ke dalam sebuah program

acara ini. Untuk mempersingkat waktu, yang ingin saya diskusikan disini dengan bapak-bapak dan ibu-ibu sekalian, yang pertama, saya ingin menanyakan kepada bapak2 dan ibu2 adalah tentang pendapat kehidupan pribadi itu sendiri seperti apa? Setuju atau tidak setujuakah kalau hal itu dikonsumsi oleh publik

Bapak Gimo: bismillahhirohmanirohiim, assalamualikum wr.wb nama saya gimo pekerjaan sama seorang pensiunan. Disini saya akan menanggapi tayangan "Suka Suka Uya" itu memang ada baiknya tetapi juga ada jeleknya. Baiknya yaitu kalau ada orang yang mau menayangkan isi hatinya orang yang diajak untuk tayangan mestinya harus sudah siap mental. Jadi tau buruknya, tau jeleknya. Mestinya kalau jelek harus ada perbaikan, dan mau mengubah. Jeleknya untuk orang yang tersangkut didalam penayangan itu. Itu nanti akan menimbulkan musuh, contohnya orang itu tidak tau kalau suka sama si A, tetapi si A itu tadi sudah ada yang memiliki akhirnya akan menimbulkan musuh kepada orang yang mengeluarkan isi hati tadi. Maka dari itu kalau tayangan "Suka-Suka Uya" ini kalau bagi saya lebih baik tidak usah ditayangkan atau tidak usah diadakan, sebab apa? Sebab itu akan menimbulkan efek yang tidak baik khususnya untuk muda-mudi atau para pemuda. Dalam hal ini para pemuda akan meniru hal-hal yang tidak baik. Kalau menurut saya sebagai orang tua, saya tidak setuju Karen akan membawa efek yang tidak baik bagi para pemuda. Sekian terima kasih. Assalamuallaikum wr.wb

Moderator: Terima kasih atas tanggapan dan pendapat dari Bapak Gimo, disini saya akan memperjelas lagi apa yang ingin saya gali disini, apa yang ingin saya tanyakan kepada Bapak-bapak dan Ibu-ibu. Saya menanyakan bahwa Kehidupan Pribadi itu sendiri seperti apa? Jadikan setiap orang pasti memiliki pendapat sendiri tentang sesuatu hal, dan disini saya menanyakan pendapat Bapak-bapak dan Ibu-ibu sekalian mengenai Kehidupan Pribadi itu sendiri seperti apa? Langsung saja kepada Bapak Sukimin untuk memberikan pendapatnya

Bapak Sukimin: kalau pendapat saya tentang kehidupan pribadi itu orang lain berhak mengetahui tetapi

tidak semua masalah pribadi diketahui orang lain. Kan ada juga, ini tidak boleh dikeluarkan umum. Hal yang bagus-bagaus kalau menurut saya yang boleh diketahui oleh umum. Misalnya tentang keluarga menurut islam, sakinah, mawadah, warohmah. Ooh,,, pribadinya si A itu agamnya Islam betul-betul mengamalkan islam terbukti keluarganya bagus, rukun, menjalani ke'Islamannya.

Moderator: itu tadi pendapat dari Bapak Sukimin, saya disini ingin mengetahui pendapat Bapak-bapak dan Ibu-ibu yang ada disini. Saya akan menanyakan hal yang sama kepada Bapak Sutarto mengenai Kehidupan Pribadi itu sendiri seperti apa?

Bapak Sutarto: Assalamualaikum wr.wb Bapak-bapak dan Ibu-ibu sekalian dan adik-adik yang saya hormati moment ini yang dimaksud dari saudari Novi adalah makna, arti kata dari sebuah kehidupan pribadi. Kehidupan pribadi, kalau namanya pribadi itu sangat rahasia bagi setiap individu maka ada hal-hal yang dikonsumsi oleh umum dan tidak layak dikonsumsi oleh umum dalam arti kata, kalau hal itu memungkinkan terjadinya permasalahan yang bisa meluas dan sehingga akan merusak sendi-sendi kehidupan bermasyarakat apalagi tidaklah pantas rasanya hal-hal yang bersifat pribadi dipublikasikan secara umum namun juga perlu kehidupan pribadi kalau memang itu layak dan bisa dikonsumsi secara umum sehingga manfaat positifnya ada, itupun saya rasa bisa ditayangkan atau dikonsumsi seperti tayangan "Suka Suka Uya". Lebih-lebih lagi penekanan disini kehidupan pribadi harus dipilah-pilah mana yang layak untuk umum dan tidak layak disebar untuk umum. Ini tanggapan saya dari arti kata Kehidupan Pribadi. Makasih assalamuallaikum wr.wb

Moderator: Itu tadi tanggapan dari Bapak Sutarto, saya masih akan menanyakan hal sama mengenai tanggapan tentang kehidupan pribadi, mungkin dari Ibu-ibu untuk memberikan pendapat. Dari Bu Lurah mungkin,,,

Bu lastri(Ibu Lurah): terima kasih atas waktunya yang diberikan kepada saya. Assalamuallaikum wr.wb. menurut saya tayangan yang sudah ditayangkan itu sangat-sangat tidak setuju masalahnya juga apa ada negatifnya juga ada positifnya. Seumpama keluarga

saya ada masalah yang harus kita rahasiakan lha itu nanti seumpama terungkap dipihak-pihak suami itu bisa meretakkan keluarga. Kalau ditayangkan itu hal-hal positif yang baik itu tidak menjadi masalah. Jadi menurut saya kalau kepribadian masing-masing itu ditayangkan itu sangat-sangat tidak setuju. Masalahnya orang itu juga ada kelemahan, kelebihan dan kekurangan jadi kekurangan-kekurangan itu kita rahasiakan dan kita tutupi rapat-rapat. Untuk kami hanya itu, jadi masalah tayangan itu kami tidak setuju. Sekian terima kasih, wassalamuallaikum wr.wb

Moderator: terima kasih untuk ibu lurah mau memberikan pendapatnya, kita masih akan membahas dan berdiskusi tentang kehidupan pribadi. Dari Ibu-ibu disitu, kelompok Ibu mengajar mau perwakilan atau sendiri-sendiri dalam memberikan tanggapan.

Ibu Sri Sunarsih: disini saya akan sedikit menyimpulkan pendapat dari Bu Lurah, Pak Tarto dan Pak Gimo mengenai kehidupan pribadi itu sendiri. Memang kehidupan pribadi itu menyangkut individu masing-masing orang jadi semua orang itu mempunyai rahasia pribadi. Kehidupan pribadi bisa menyangkut rahasia keluarga, rahasia dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat dan berumah tangga semua orang mempunyai rahasia. Rahasia semua orang itu perlu disimpan rapat-rapat jangan sampai rahasia itu diketahui khalayak ramai, kalau nanti diungkapkan secara umum seperti Pak Gimo tadi sudah menyampaikan bahwa bisa mendatangkan musuh benar, mungkin ada orang yang tidak suka mengenai pribadi kita setelah diungkap ke media, oooh,,,jeleknya orang itu gitu-gitu dan khalayak ramai jadi tahu. Bu Lurah tadi juga betul menyampaikan bahwa rahasia keluarga yang tidak baik bisa menjadikan permusuhan keluarga, betul juga ngih Bu..Terus Pak Sukimin tadi juga menyampaikan kehidupan yang baiklah yang diungkap sehingga kita orang Islam menjadi keluarga sakinah, mawadah, warohmah. Mengenai acara "Suka-Suka Uya" dapat saya simpulkan kehidupan pribadi mengenai rahasia seseorang intinya itu, bisa rahasia keluarga dalam masyarakat mengenai individu dalam diri masing-masing dan mungkin kalau sekarang ini acara "Suka-Suka Uya" sedang ngetrendnya, acara tersebut sedang digandrungi karena merasa terkenal artis-artis selebriti kalau masuk dalam acara seperti itu.

Dan merasa bangga kalau bisa menyampaikan rahasia pribadi dan semua media bisa mengetahui. Demikian dari saya, bila ada kesalahan mohon maaf. Wassalamuallaikum wr.wb

Moderator: mungkin Ibu Erlin mau menambahkan

Ibu Erlin: disini kami cuma akan menambahi pendapat saya tentang kehidupan pribadi. Menurut saya kehidupan pribadi itu sesuatu yang kita rahasiakan dan tidak sembarangan orang boleh tau atau dengan kata lain, hanya orang-orang tertentu yang boleh mengetahui tentang kehidupan pribadi tersebut. Sekian dan terima kasih

Ibu Sunarti: kalau menurut saya kehidupan pribadi itu kejadian-kejadian yang kita alami dalam individu maupun dalam keluarga. Kejadian-kejadian itu kan ada yang baik dan ada yang buruk, mungkin kalau dikonsumsi seperti tayangan "Suka-Suka Uya" tadi dapat diambil hikmahnya sebelum tayangan itu ditayangkan kita liat dulu baik apa tidaknya kalau dipublikasikan ke umum. Kalau baik mungkin bisa diambil hikmahnya, tapi kalau jelek jangan ditiru gitu aja. Menurut saya itu.

Pak Niam: saya yang terakhir yang akan memberikan komentar tentang tayangan "Suka Suka Uya" di MNC TV. Sebelumnya perkenalkan nama saya Niam pekerjaan saya tukang ndandani tv. Walaupun demikian, secara sepintas saya melihat dan secara tidak langsung saya juga menilai tayangan "Suka Suka Uya" tersebut khususnya menurut pribadi saya tayangan tersebut nol manfaatnya untuk mendidik, tidak ada sama sekali untuk mendidik. Jadi saya pribadi sangat-sangat tidak setuju untuk ditayangkan. Padahal dulu sana senang sekali dengan MNC Tv karena ada siaran-siaran religi, tetapi sekarang malah dimunculkan tayang yang seperti itu. Karena saya bengkel, saya sensor. Suaranya saya hilangkan, dan hanya memunculkan gambar. Itu salah satu cara supaya anak-anak saya dan istri tidak melihat tayangan-tayangan yang membahayakan. Kalau isi masalah pribadi itu identik dengan aib, aib seseorang atau rahasia seseorang yang harus disembunyikan apalagi kita selaku muslim atau mayoritas Islam di Indonesia ini ajaran agama kita rahasia harus disembunyikan kecuali kalau kita ingin memberi contoh itu harus

dipublikasikan. Kalau contoh itu baik dipublikasikan ,tetapi kalau contoh itu buruk menurut agama kita harus disembunyikan tidak ada tawar-menawar bagi Islam yang memegang teguh ajaran hendaknya harus dijaga antara televisi dengan dirinya dan keluarganya masing-masing. Terima kasih, wassalamuallaikum wr.wb

Moderator: itu tadi pendapat dari Ibu-ibu dan Bapak-bapak disini mengenai kehidupan pribadi itu sendiri. Untuk mempersingkat waktu, langsung saja saya akan menanyakan dan mendiskusikan point kedua dalam content acara "Suka Suka Uya" . Disini tadi Bapak-bapak dan Ibu-ibu sudah memberikan pendapatnya masing-masing tentang kehidupan pribadi, dari pendapat-pendapat tadi juga ada yang memberikan batasan-batasan kehidupan pribadi itu dapat ditayangkan di televisi. Nah, disini saya ingin menanyakan dan berdiskusi menurut Bapak-bapak dan Ibu-ibu batasan-batasan kehidupan pribadi yang seperti apa yang bisa ditayangkan di televisi dilihat dari segi kelayakan, etika dan nilai sosial. Mungkin ada yang mau menjawab, monggo silahkan Bapak Niam.

Bapak Niam: Adapun hal-hal yang perlu atau pantas untuk ditayangkan di televisi adalah hal-hal yang diperkirakan ketika hal itu ditayangkan nanti akan mendapat respon yang lebih baik kepada penonton atau minimal penonton bisa meniru, mencontoh tayangan pribadi tersebut untuk dilakukan karena hal itu baik bagi pelaku maupun penonton dan dampaknya bagi masyarakat secara umum. Dan ditayangkan "Suka Suka Uya" sendiri saya lihat batasan-batasan itu belum ada, itu mungkin yang dapat saya sampaikan. Terima kasih

Moderator: Itu tadi menurut Bapak Niam, terhadap batasan-batasan kehidupan pribadi yang dapat ditayangkan di televisi. Mungkin Bu Lurah atau Ibu Bayan mau menanggapi atau menambahi, monggo,,,

Ibu Sulastri(Bu Lurah): Ini langsung saja,. Saya melihat ditayangkan tadi ya mbak ya, itu masalah yang tadi salah satunya yang harus tidak ditayangkan atau tidak dipublikasikan kepada masyarakat yaitu seperti tadi, kuatnya seberapa, terus siapa yang minta dulu hal seperti seharusnya tidak untuk dipublikasikan

kepada masyarakat. Tetapi kalau untuk batasan-batasan yang untuk diberikan kepada masyarakat yaitu batasan-batasan yang bisa ditiru dan dilihat masyarakat secara luas itu yang kecintaan, keharmonisan rumah tangga secara plus untuk masyarakat. Seperti keharmonisan Anang dan Ashanty bisa untuk dipublikasian Demikian tambahan saya, terima kasih.

Ibu Painem: terima kasih untuk waktunya, tanggapan dari saya memang betul untuk Bu Lurah. Di sini saya tidak banyak bicara karena semua yang saya dengar dari Bapak-bapak dan Ibu-ibu sependapat dengan saya. Memang untuk tayangan "Suka Suka Uya" keluarga saya sendiri tidak suka dan acara Hitam Putih itu juga saya tidak suka karena sifatnya mengadu domba. Jadi saya sependapat dengan Ibu Lurah tadi mbak, terima kasih.

Moderator: ada jawaban lain yang disini lebih memberikan jawaban tentang batasan-batasan kehidupan pribadi yang bisa ditayangkan di televisi, monggo Bu Erlin

Ibu Erlin: menurut saya, untuk batasannya secara khusus itu jangan sampai membuka urusan ranjang. Intinya itu, jadi kita tidak boleh membicarakan apapun yang kita lakukan, dari bentuknya sampai warna tidak boleh pokoknya yang urusan masalah ranjang. Kalau urusan yang lainnya, mungkin masalah keluarga itu sah-sah saja yang penting kita jangan sampai membuka yang urusan ranjang. Jadi antaa hubungan suami istri haram hukumnya. Jadi bagaimanapun kita tidak boleh membuka masalah tersebut dalam situasi dan kondisi apapun terutama dibuka secara publik ataupun secara umum. Kalupun mau konsultasi harus dengan orang yang sesuai bidangnya, jasi tidak boleh sembarangan orang. Terima kasih

Moderator: terima kasih itu tadi tambahan dari Ibu erlin, di sini tadi saya juga mengingat Bapak Sutarto juga menjelaskan kehidupan pribadi dan batasan-batasannya. Saya juga akan menanyakan kepada Bapak Sutarto untuk batasan-batasan yang bisa ditayangkan di televisi. Monggo Pak,,,

Bapak Gimo: menambahkan sesuai dengan arti kata batasan itu mengarah kemakna sebuah kalimat, karena itu sebuah kehidupan pribadi jadi sesuatu yang bersifat pribadi harus menjadi rahasia pribadi yang tidak bisa diungkap, kemudian pula di sini dari semua kesimpulan audiens yang mengomentasi acara "Suka-Suka Uya" ini hampir semua tidak setuju tayangan itu diteruskan lebih-lebih kepada adik-adik semua nanti juga akan terjun dunia entertainment pertelevisian, ini pesan moral yang muncul dari masyarakat Sidomulyo barang kali tayangan yang serupa senada ini nanti bisa dipertimbangkan lagi jangan hanya mengedepankan keuntungan yang berlebihan sehingga tidak ada batasan-batasan dan norma-norma yang tidak perlu disembunyikan yang digelar secara vulgar yang pada akhirnya si pemilik modal mempunyai keuntungan besar sehingga menghancurkan sendi-sendi, norma-norma yang ada di masyarakat. Sudah jauh dari pendidikan, dari hal-hal yang tabu menjadi tidak batasan lagi, tidak ada filter lagi ini mau jadi apa sehingga dalam kesempatan ini sekali lagi maknanya pesan moral dari masyarakat Sidomulyo terkait dengan "Suka-Suka Uya" tidak layak dikonsumsi secara umum, tidak layak dipublikasikan lagi walaupun pemerintah mengizinkan artinya apa, ada filter cara yang bisa diminimalisasi Pak Niam bisa menyangkan gambar, kalau Pak Tarto hanya bisa nuking artinya memang perlu mungkin adik-adik semua nanti bisa berusaha gimana langkah-langkahnya untuk tayangan televisi itu kalau bisa yang bersifat mendidik dan sesuai dengan norma agama, sesuai dengan norma yang ada di masyarakat. Demikian tambahan saya, terima kasih.

Moderator: untuk Pak Sukimin sendiri?

Bapak Sukimin: Sama aja

Moderator: itu tadi pendapat dari Bapak-Bapak dan Ibu-ibu mengenai batasan-batasan kehidupan pribadi yang bisa ditayangkan di televisi. Dan untuk topik diskusi point selanjutnya, ditayangkan "Suka-Suka Uya" sendirikan dalam sehari 2x penyangan setiap pukul 16.30 dan 22.30 WIB di sini saya liat dan saya amati di sekitar kita yang menyaksikan program "Suka-Suka Uya" tidak hanya dari Bapak-bapak, Ibu-ibu dan orang dewasa tetapi juga anak-anak yang dibawah umur ikut menyaksikan dan di situ juga saya

lihat tanpa ada pengawasan dari orang tua yang kemungkinan orang tua belum pulang bekerja, masih sibuk dengan pekerjaannya. Dari point tersebut saya akan menanyakan dan mendiskusikan pandangan dari Bapak-bapak dan Ibu-ibu itu sendiri apakah pantas, tayangan seperti ini ditayangkan dan dilihat oleh anak-anak dibawah umur? Monggo Bapak sukimin memberikan tanggapan

Bapak Sukimin: yang jelas bagi saya pribadi, sangat-sangat tidak pantas dan tidak berfaedah. Khusus bagi keluarga saya, bukan keluarga orang lain yah saya selalu mengontrol keadaan siapa yang menghidupkan televisinya. Kalau barangkali itu hal-hal yang kayak gitu tidak usah dinyalakan televisinya dan kalau keluarga yang betul-betul mengetahui agama, betul-betul paham dengan agama kita agama Isla itu tidak mungkin dinyalakan televisinya untuk menyaksikannya. Terima kasih, sekian

Moderator: itu tadi pendapat dari Bapak Sukimin, saya juga akan menawarkan kepada Bapak-bapak dan Ibu-ibu yang lain barangkali ada pendapat sendiri atau ingin menanggapi, monggo dipersilahkan.

Ibu Sri: makasih sedikit saya ingin menanggapi dari Bapak Gimo, Bapak Sukimin maupun Bu Lurah. Di sini saya ingin menambah sedikit saja yaa,, tayangan "Suka-Suka Uya" kalau dilihat oleh masyarakat luas kurang pantas, mungkin ada hal-hal yang tabu atau kurang baik untuk anak-anak didik kita sehubungan saya sebagai pendidik, dari ketiga Ibu-ibu di sini yang menjadi tenaga pendidik saya merasa terbebani kalau acara tersebut disaksikan karena kurang bagus untuk perkembangan anak-anak. Di sini saya mempunyai usulan untuk mbak Novi yang nantinya kalau nantinya menjadi seorang pembawa acara atau presenter acara seperti itu diganti yang lebih menarik, maksudnya diganti dengan acara yang lebih mendidik yang bagi generasi muda yang melihat bisa menjadi contoh supaya menjadi generasi muda yang baik, menjadi anak-anak yang soleh dan sholekah sehingga bangsa kita menjadi bangsa yang bermoral. Bukan hanya orang tua yang merasa resah dan gelisah, tetapi juga masyarakat umum bahkan bangsa Indonesia itu resah. Mau dikemanaka bagsa kita, bagaimanakah moral anak didik kita nanti kalau hanya menyaksikan acara seperti itu. Seumpama bangsa Indonesia dibekali

dengan ilmu agama, pendidikan yang baik, pergaulannya juga baik nanti insya allah bangsa kita menjadi bangsa yang bermoral. Terima kasih

Bapak Niam: terima kasih, masalah tayangan televisi itu memang dilema. Dilema itu artinya, walaupun kita melarang menonton di rumah tapi anak-anak kita keluarga kita di tempat lain juga menonton. Artinya di sini yang diperlukan adalah bimbingan dan arahan semaksimal mungkin kepada anak-anak dan keluarga ketika mereka menonton tv sebaiknya didampingi, diawasi dan diarahkan untuk menonton hal-hal yang lebih baik jadi setiap saat kita harus rela menunggu anak kita dan keluarga kita menonton televisi agar selamat dari fitnah dan gangguan yang ditimbulkan. Terima kasih. Wassalamuallaikum wr.wb

yang layak mereka tonton sehingga stasiun televisi tidak bisa membuat program berdasarkan keinginannya. Program televisi tidak bisa untung jika tidak disukai pemirsanya.

Moderator: terima kasih buat Bapak-bapak dan Ibu-ibu yang sudah memberikan jawaban dan tanggapan dari apa yang saya tanyakan dan teliti. Berhubung waktu sudah adzan dan waktu sholat dzuhur kita tutup saja diskusi pada kesempatan ini yang kesimpulan dari diskusi kita tadi dapat disimpulkan bahwa Masyarakat Sidomulyo sendiri kurang menyetujui acara "Suka Suka Uya" untuk ditayangkan dengan berbagai alasan yang sudah disampaikan pada diskusi tadi. Terima kasih sekali lagi saya ucapkan atas waktu yang sudah diberikan dan semoga diskusi ini bisa bermanfaat bagi kita semua. Wassalamuallaikum wr.wb

B. Hasil analisis Penerimaan Masyarakat Simo Terhadap Komodifikasi Kehidupan Pribadi Segmen Hipnotia Program “Suka Suka Uya” Di MNC TV

Data penerimaan khalayak terhadap program acara “Suka Suka Uya” diperoleh dari hasil *Focused Group Discussion* (FGD) yang telah dilaksanakan. Peserta yang terpilih mewakili masyarakat Simo dalam FGD adalah beberapa masyarakat dari Desa Sidomulyo, Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali. Sembilan peserta yang dilibatkan dalam FGD adalah masyarakat Simo yang aktif dan menjadi *opinion leader* di Desa tersebut.

Sebelum menggali jawaban dari setiap peserta mengenai penerimaan khalayak terhadap program acara “Suka Suka Uya” berkaitan dengan 3 pembahasan utama yang telah disiapkan, maka perlu diperoleh informasi mengenai pemahaman peserta terhadap acara “Suka Suka Uya”. Selain itu dari informasi tersebut dapat diketahui seberapa besar minat atau kертertarikan khalayak terhadap program acara ini. Berdasarkan informasi yang diperoleh pada saat melaksanakan kegiatan FGD maupun dalam kesempatan lain diluar kegiatan FGD terdapat bermacam pemahaman mengenai program acara “Suka Suka Uya” yang ditayangkan di MNC TV.

Isi pesan yang disampaikan oleh sebuah program acara yang ditayangkan di televisi dapat dibaca dan dimaknai oleh khalayak secara berbeda-beda. Pola pemahaman serta pemaknaan khalayak yang berbeda dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu pendidikan, latar belakang sosial psikologis, usia, pekerjaan, jenis kelamin dan lingkungan tempat tinggal khalayak. Faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi kerangka berfikir khalayak sehingga dalam kenyataan di lapangan dapat terjadi pembacaan yang berbeda terhadap satu tayangan acara yang sama. Penerimaan khalayak terhadap program acara “Suka Suka” terhadap komodifikasi kehidupan pribadi inilah yang menjadi fokus untuk analisis selanjutnya. Informasi berkaitan dengan topic tersebut digali lebih lanjut melalui kegiatan FGD. Rekaman tayangan “Suka Suka Uya” yang menjadi bahan diskusi dipilih dua dari sekian banyak tayangan “Suka Suka Uya” yang terlalu mengeksploitasi kehidupan pribadi bintang tamu yang dihadirkan.

Setelah melaksanakan FGD dilakukan analisis terhadap hal apa saja yang sudah disampaikan para informan. Hal ini terlihat dari pernyataan masing-masing peserta yang disampaikan dalam kegiatan FGD. Topik FGD yang sudah ditentukan sebelumnya menjadi dasar penentuan dalam mengelompokkan kategori analisis terkait dengan penerimaan khalayak terhadap komodifikasi kehidupan pribadi.

Beberapa informan juga berpendapat bahwa tayangan tersebut boleh ditayangkan jika ada batasan-batasan tersendiri yang tidak meninggalkan segi etika dan harus sesuai dengan nilai sosial di masyarakat. Beberapa informan belum melihat batasan-batasan etika moral dalam tayangan tersebut. Dilihat dari

content atau isi yang disampaikan dalam tayangan tersersebut terlalu vulgar & buka-bukaan menceritakan kehidupan pribadi bintang tamu yang dihipnotis. Hal seperti ini akan membawa efek yang tidak baik bagi anak-anak yang dibawah umur yang melihat tanpa pengawasan dari orang tua. Bisa dilihat dari jam penayangan pukul 16.30 kebanyakan para anak-anak menonton acara televisi tanpa pengawasan orang tua.

Melihat dari sudut pandang agama, agama islam sendiri mengajarkan, bahwa aib seseorang maupun kehidupan pribadi seseorang tidaklah boleh untuk dikonsumsi semua orang dan setiap individu harus bisa menyimpan rahasianya sendiri-sendiri tanpa ada yang mengetahui. Topik permasalahan dalam hal ini, bahwa tayangan “Suka Suka Uya” sendiri menurut pandangan para informan yang hadir kurang layak untuk ditayangkan dan disaksikan khalayak umum. Hal ini dapat dilihat dari nilai edukasi yang tidak ada dan hanya mengumbar masalah pribadi serta mencari sensasi dari setiap bintang tamu yang dihadirkan untuk dihipnotis. Para informan yang hadir sangat menyayangkan kalau acara seperti ini terus ditayangkan dan dilihat khalayak umum terutama anak-anak dan remaja.



Gambar 10: Foto Informan saat menyampaikan pendapat dalam FGD
(Sumber: Tyas, 2014)

Proses produksi hingga proses pembacaan yang dilakukan oleh khalayak terhadap sebuah program dijelaskan oleh Stuart Hall dalam proses encoding-decoding. Pada intinya sebuah program yang diproduksi itu mempunyai pesan yang dapat dibaca berbeda-beda oleh setiap khalayak. Tidak semua pesan akan sama maknanya dengan si pembuat program acara. Khalayak bisa saja mempunyai sikap setuju atau berada pada posisi *dominant*, kemudian *negotiated* dimana khalayak bersedia menerima program yang ditonton atau dalam kata lain memiliki pemikiran yang sejalan dengan maksud pembuat program namun dengan beberapa catatan sesuai dengan pemaknaan khalayak itu sendiri, dan posisi yang terakhir yaitu *oppositional* posisi ini diperuntukan bagi khalayak yang tidak setuju atau menolak mentah-mentah sebuah tayangan tertentu, mereka tidak memiliki pemikiran yang sejalan dengan maksud dan tujuan pembuat program. Pemahaman yang dilakukan oleh khalayak tentunya dapat berdeba-beda dan bisa saja bertentangan dengan isi teks program tersebut, hal itu terjadi karena tingkat

pemahaman, faktor sosial dan juga pendidikan dari khalayak itu yang berbeda-beda.

Berdasarkan hasil FGD yang dilaksanakan, dalam pembahasan mengenai pendapat tentang kehidupan pribadi, tujuh peserta telah menyampaikan argumennya dengan alasan masing-masing sesuai dengan latar belakang dan pengalaman sendiri-sendiri. Terdapat tujuh pendapat, empat berada pada posisi *negosiated* dan tiga pada posisi *Oppositional*. Seperti pendapat dari Sukimin (44 tahun) yang berprofesi sebagai wiraswasta dan pemuka agama. Seperti pernyataan informan sebagai berikut ini:

“kalau pendapat saya tentang kehidupan pribadi itu orang lain berhak mengetahui tetapi tidak semua masalah pribadi diketahui orang lain. Kan ada juga, ini tidak boleh dikeluarkan umum. Hal yang bagus-bagus kalau menurut saya yang boleh diketahui oleh umum. Misalnya tentang keluarga menurut islam, sakinah, mawadah, warohmah. Ooh,,,pribadinya si A itu agamnya Islam betul-betul mengamalkan islam terbukti keluarganya bagus, rukun, menjalani ke’Islamannya”

Menurut pernyataan dari informan bahwa kehidupan pribadi orang lain berhak mengetahui tetapi tidak semua masalah pribadi boleh diketahui orang lain. Hal yang boleh diketahui adalah hal yang bagus yang sesuai menurut Islam, seperti keluarga yang sakinah, mawadah, warohmah. Bisa dilihat dari pernyataan Sukimin yang memberikan argument tentang kehidupan pribadi, beliau menjawab dengan menambahkan batasan-batasan serta larangan yang diajarkan dalam agama Islam. Seperti yang sudah dijelaskan bahwa setiap orang memberikan pendapat atau argument secara berbeda-beda sesuai dengan latar belakang sosial, pendidikan, dan tingkat pemahaman dari setiap individu. Sukimin memberikan pernyataan dengan mengaitkan dalam ajaran Islam sesuai latarbelakang sosialnya

yang menjadi seorang pemuka agama di Desa. Secara *content* dalam tayangan “Suka Suka Uya” memang isinya membahas dan mengeksploitasi kehidupan pribadi dari setiap bintang tamu yang diundang. Terkadang hal yang disampaikan oleh bintang tamu yang dihipnotis terlalu vulgar dan buka-bukaan sehingga khalayak umum menilai tayangan tersebut tidak pantas untuk disaksikan. Suasana kaku dan tegang yang tercipta menyebabkan masyarakat menjadi canggung dalam menyampaikan pendapatnya. Akan tetapi suasana menjadi mencair ketika ada informan yang menyampaikan pendapat yang bisa mengundang tawa sehingga dapat mencairkan suasana. Selain itu, dalam kegiatan diskusi ini seluruh informan dapat menyalurkan pendapat tanpa ada perpedaan sosial. Kegiatan ini menjadi media yang tepat dalam menyampaikan kebebasan dalam berpendapat.

Pertanyaan yang sama juga disampaikan kepada informan Ibu-ibu. Ibu Lastri yang berusia 48 tahun berprofesi sebagai Ibu Lurah di Desa Pelem Kecamatan Simo Boyolali menyatakan kesetujuannya terhadap komodifikasi kehidupan pribadi dalam program “Suka Suka Uya” hal ini dapat dilihat dalam cuplikan transkrip berikut ini:

“terima kasih atas waktunya yang diberikan kepada saya. Assalamuallaikum wr.wb. menurut saya tayangan yang sudah ditayangkan itu sangat-sangat tidak setuju masalahnya juga apa ada negatifnya juga ada positifnya. Seumpama keluarga saya ada masalah yang harus kita rahasiakan lha itu nanti seumpama terungkap dipihak-pihak suami itu bisa meretakkan keluarga. Kalau ditayangkan itu hal-hal positif yang baik itu tidak menjadi masalah. Jadi menurut saya kalau kepribadian masing-masing itu ditayangkan itu sangat-sangat tidak setuju. Masalahnya orang itu juga ada kelemahan, kelebihan dan kekurangan jadi kekurangan-kekurangan itu kita rahasiakan dan kita tutupi rapat-rapat. Untuk kami hanya itu, jadi masalah tayangan itu kami tidak setuju. Sekian terima kasih, wassalamuallaikum wr.wb”

Pernyataan yang disampaikan oleh Ibu Lastri, dapat dianalisis bahwa informan tersebut tidak setuju dengan tayangan yang menyangkut kehidupan pribadi yang menjadi konsumsi publik seperti pada tayangan “Suka Suka uya”. Ibu Sulastri beranggapan bahwa kehidupan pribadi atau masalah pribadi harus bisa dirahasiakan. Setiap orang pasti ada kelemahan, kelebihan dan kekurangannya sehingga kekurangan-kekurangan tersebut harus bisa ditutupi rapat-rapat supaya tidak menjadi konsumsi publik. Masalah pribadi memang hal yang sangat rentan jika diangkat dan diketahui banyak orang. Dalam hal ini, informan menyampaikan pendapat sesuai latar belakang sosialnya yang menjadi Ibu Lurah yang bisa mengayomi dan menjaga keharmonisan serta kerukunan warganya.

Sri Sunarsih berusia 37 th juga memiliki pendapat yang sama dengan Ibu Lastri sebagai wakil dari guru didik anak SD (Sekolah Dasar). Informan ini tidak menerima acara ini untuk dikonsumsi publik dengan berbagai alasan. Berikut adalah pernyataan dari Ibu Sunarsih:

“Rahasia semua orang itu perlu disimpan rapat-rapat jangan sampai rahasia itu diketahui khalayak ramai, kalau nanti diungkapkan secara umum seperti Pak Gimo tadi sudah menyampaikan bahwa bisa mendatangkan musuh benar, mungkin ada orang yang tidak suka mengenai pribadi kita setelah diungkap ke media, oooh,,,jeleknya orang itu gitu-gitu dan khalayak ramai jadi tahu. Bu Lurah tadi juga betul menyampaikan bahwa rahasia keluarga yang tidak baik bisa menjadikan permusuhan keluarga, betul juga ngih Bu..Terus Pak Sukimin tadi juga menyampaikan kehidupan yang baiklah yang diungkap sehingga kita orang Islam menjadi keluarga sakinah, mawadah, warohmah. Mengenai acara “Suka-Suka Uya” dapat saya simpulkan kehidupan pribadi mengenai rahasia seseorang intinya itu, bisa rahasia keluarga dalam masyarakat mengenai individu dalam diri masing-masing dan mungkin kalau sekarang ini acara “Suka-Suka Uya” sedang ngetrendnya, acara tersebut sedang digandrungi karena merasa

terkenal artis-artis selebriti kalau masuk dalam acara seperti itu. Dan merasa bangga kalau bisa menyampaikan rahasia pribadi dan semua media bisa mengetahui. Demikian dari saya, bila ada kesalahan mohon maaf. Wassalamuallaikum wr.wb”

Sebagai guru pendidik di Sekolah Dasar, informan menyampaikan pandangannya bahwa kehidupan pribadi seseorang itu perlu disimpan rapat-rapat dan jangan sampai khalayak umum mengetahuinya. Menyikapi tayangan “Suka Suka Uya” di MNC TV dapat dijelaskan mengenai pendapat peserta bahwa acara tersebut memang sedang ngetrend dan disenangi karena bintang tamu yang dihadirkan merasa terkenal dan bangga dapat menyampaikan kehidupan pribadinya. Hal ini akan mendatangkan efek yang kurang baik ketika anak-anak dibawah umur yang menyaksikan acara tersebut. Dengan melihat latar belakang sosial dan pendidikan dari peserta dapat dijadikan pembelajaran supaya lebih bisa mengarahkan dan mendidik anak didiknya untuk memilih program tayangan televisi yang baik dan juga ada nilai pendidikannya.

Pernyataan peserta tentang penerimaan acara “Suka Suka Uya” terhadap komodifikasi kehidupan pribadi dalam acara “Suka Suka Uya” berbeda-beda. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor pendidikan, aktivitas sosial, usia dan pekerjaan. Faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi pola pikir dan cara pandang masyarakat. Acara “Suka Suka Uya” hadir ditengah masyarakat dibaca & dimaknai berbeda pula dengan masyarakat mengenai kehidupan pribadi. Semua masyarakat bebas untuk menyampaikan argument dan pendapatnya masing-masing dalam memaknai sebuah tayangan televisi.

Bahasan diskusi yang kedua adalah tentang sejauh mana batasan-batasan kehidupan pribadi dapat ditayangkan di televisi, apakah acara “Suka Suka Uya”

sudah memperhatikan batas-batas tersebut. Peserta diberi kesempatan untuk menyampaikan pendapat mengenai topik yang dikemukakan oleh moderator. Topik yang disampaikan bertujuan untuk mengetahui pendapat dari peserta, apakah tayangan “Suka Suka Uya” sudah memperhatikan batas-batas tersebut.

Berdasarkan pernyataan peserta yang disampaikan dalam topik kedua ini, terdapat empat informan yang menyampaikan pendapatnya. Satu berada pada posisi *oppositional* dan yang tiga berada pada posisi *negotiated*. Perbedaan pandangan dan pola pikir peserta dapat muncul karena dipengaruhi oleh faktor perbedaan latar belakang pekerjaan, aktivitas sosial, tingkat pendidikan, usia dan jenis kelamin. Berikut ini hasil analisis penerimaan peserta mengenai sejauh mana batasan-batasan kehidupan pribadi yang dapat ditayangkan di televisi, yang masuk dalam kategori *oppositional*.

Peserta FGD bernama Niam (47 th) yang termasuk dalam kategori *oppositional* memberikan pernyataan sebagai berikut:

“Adapun hal-hal yang perlu atau pantas untuk ditayangkan di televisi adalah hal-hal yang diperkirakan ketika hal itu ditayangkan nanti akan mendapat respon yang lebih baik kepada penonton atau minimal penonton bisa meniru, mencontoh tayangan pribadi tersebut untuk dilakukan karena hal itu baik bagi pelaku maupun penonton dan dampaknya bagi masyarakat secara umum. Dan ditayangkan “Suka Suka Uya” sendiri saya lihat batasan-batasan itu belum ada, itu mungkin yang dapat saya sampaikan. Terima kasih”

Menurut pernyataan di atas, peserta tidak menerima bahwa tayangan “Suka Suka Uya” sudah memberikan batasan-batasan yang kalau dilihat dari kelayakan, segi etika dan nilai sosial di masyarakat sudah memenuhi. Dalam tayangan tersebut belum ada nilai positif yang bisa diambil dan dapat ditiru oleh masyarakat

yang menyaksikannya. Batasan-batasan disini memang erat dikaitkan dengan nilai sosial di masyarakat melihat masyarakat Simo sendiri masih menjunjung tinggi budaya Jawa, adat istiadat, sopan santun dan tata karma.

Berbeda penerimaan yang disampaikan oleh Ibu-ibu yang hadir, mereka lebih cenderung pada posisi *negosiated*. Seperti pernyataan yang disampaikan Lastri (48 th) sebagai berikut:

“Ini langsung saja,. Saya melihat ditayangkan tadi ya mbak ya, itu masalah yang tadi salah satunya yang harus tidak ditayangkan atau tidak dipublikasikan kepada masyarakat yaitu seperti tadi, kuatnya seberapa, terus siapa yang minta dulu hal seperti seharusnya tidak untuk dipublikasikan kepada masyarakat. Tetapi kalau untuk batasan-batasan yang untuk diberikan kepada masyarakat yaitu batasan-batasan yang bisa ditiru dan dilihat masyarakat secara luas itu yang kecintaan, keharmonisan rumah tangga secara plus untuk masyarakat. Seperti keharmonisan Anang dan Ashanty bisa untuk dipublikasikan. Demikian tambahan saya, terima kasih.”

Hasil kutipan FGD diatas menyatakan bahwa peserta pada posisi *negosiated*. Bahwa tayangan dalam “Suka Suka Uya” memang tidak boleh ditayangkan dan dipublikasikan kepada masyarakat akan tetapi peserta memberikan batasan-batasan yang menurut pendapatnya boleh untuk ditayangkan. Keharmonisan dalam rumah tangga, kecintaan dengan pasangannya menjadi nilai plus untuk bisa dipublikasikan dan ditiru oleh masyarakat yang menyaksikannya.

Hal senada juga disampaikan oleh peserta Erlin (31 th), yang berada pada posisi *negosiated* berikut pernyataan yang disampaikan:

“menurut saya, untuk batasannya secara khusus itu jangan sampai membuka urusan ranjang. Intinya itu, jadi kita tidak boleh membicarakan apapun yang kita lakukan, dari bentuknya sampai warna tidak boleh pokoknya yang urusan masalah ranjang. Kalau urusan yang lainnya, mungkin masalah keluarga itu sah-sah saja yang penting kita jangan sampai membuka yang urusan ranjang. Jadi antaa hubungan suami istri haram hukumnya. Jadi

bagaimanapun kita tidak boleh membuka masalah tersebut dalam situasi dan kondisi apapun terutama dibuka secara publik ataupun secara umum. Kalupun mau konsultasi harus dengan orang yang sesuai bidangnya, jasi tidak boleh sembarangan orang. Terima kasih”

Menurut pernyataan diatas, peserta berada pada posisi negotiated, yang menerima tayangan tersebut akan tetapi memberikan batasan-batasan sendiri menurut pemikirannya. Masalah kehidupan pribadi memang sangat sensitive sekali jika sampai masyarakat umum mengetahuinya, tetapi jika hal itu masih dalam tahap wajar bisa saja dipublikasikan secara umum. Masalah keluarga itu menjadi hal yang wajar dah sah jika orang lain mengetahuinya, tetapi dalam urusan yang sangat private seperti yang disampaikan diatas dalam situasi dan kondisi apapun tidaklah pantas untuk dipublikasikan.

Content acara “Suka Suka Uya” memang menayangkan adegan hipnotis atau memberikan relaksasi kepada bintang tamu yang dihadirkan. Mereka memberikan relaksasi dan kenyamanan untuk bisa mengeluarkan isi hati dan semua masalah yang ada dalam setiap bintang tamu yang dihadirkan. Melalui ini, tak jarang semua bintang tamu mengeluarkan semua isi hati yang menceritakan aib seseorang, perselingkuhan, masalah keluarga yang pada akhirnya berujung pada pertengkar dan perselisihan.

Pembahasan terakhir dalam diskusi ini adalah menggali pendapat peserta mengenai pandangan masyarakat Simo sendiri mengenai pantas dan tidaknya tayangan “Suka Suka Uya” ditayangkan di televisi. Berdasarkan hasil pernyataan peserta yang ditampilkan dalam table diatas, terdapat empat peserta yang menyampaikan pendapatnya. Empat berada pada posisi *oppositional* dan satu berada pada posisi *negosiated*. Pernyataan peserta dalam kategori *negosiated* adalah yang disampaikan oleh Niam (47 th) seperti berikut ini:

“Terima kasih, masalah tayangan televisi itu memang dilema antara pantas dan layak. Dilema itu artinya, walaupun kita melarang menonton di rumah tapi anak-anak kita keluarga kita di tempat lain juga menonton. Itu artinya di sini yang diperlukan adalah bimbingan dan arahan semaksimal mungkin kepada anak-anak dan keluarga ketika mereka menonton tv sebaiknya didampingi, diawasi dan diarahkan untuk menonton hal-hal yang lebih baik jadi setiap saat kita harus rela menunggu anak kita dan keluarga kita menonton televisi agar selamat dari fitnah dan gangguan yang ditimbulkan. Terima kasih. Wassalamuallaikum wr.wb”

Menurut pernyataan dalam FGD, peserta menerima acara “Suka Suka Uya” untuk ditayangkan di televisi, akan tetapi ketika anak-anak dibawah umur menyaksikannya harus dalam bimbingan dan pengawasan orang tua terlebih juga kepada keluarga yang menyaksikannya harus juga dalam pengawasan. Program acara di televisi sendiri sangat beragam dan bervariasi, sehingga harus pintar-pintar dalam memilih suatu program yang ingin dikonsumsi atau disaksikan. Ketika anak-anak dibawah umur menyaksikan tayangan televisi, orang tua berperan memberikan bimbingan dan pengarahan mana program acara yang boleh disaksikan dan mana yang kurang baik untuk disaksikan.

Berbeda dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Bapak Sukimin berusia 44 th informan yang berprofesi sebagai peternak ayam & pemuka agama.

Berikut cuplikan transkrip pernyataan:

“yang jelas bagi saya pribadi, sangat-sangat tidak pantas dan tidak berfaedah. Khusus bagi keluarga saya, bukan keluarga orang lain yah saya selalu mengontrol keadaan siapa yang menghidupkan televisinya. Kalau barangkali itu hal-hal yang kayak gitu tidak usah dinyalakan televisinya dan kalau keluarga yang betul-betul mengetahui agama, betul-betul paham dengan agama kita agama Isla itu tidak mungkin dinyalakan televisinya untuk menyaksikannya. Terima kasih, sekian”

Berdasarkan pernyataan peserta, dapat dianalisis bahwa peserta tidak menerima dan membenarkan bahwa tayangan “Suka Suka Uya” tidak pantas untuk ditayangkan ditelvisi. Hal yang pantas untuk ditayangkan ditelvisi adalah hal yang masih ada hubungannya dengan nilai agama Islam. Menurut peserta, jika sebuah keluarga betul-betul paham dengan agama Islam tidaklah mungkin akan menyaksikan tayangan yang seperti itu. Pendapat dan pemahaman para peserta berbeda-beda dipengaruhi oleh latar belakang sosial, pendidikan, usia dan pekerjaan.

Masyarakat Simo sendiri masih menjunjung tinggi adat istiadat budaya jawa, sopan santun, kerukunan antar warga, gotong royong dan religius dalam mewujudkan kesatuan masyarakat. Dari hal tersebut dapat terlihat bahwa masyarakat tidak menerima tayangan yang isinya mengangkat masalah kehidupan pribadi, karena hal itu tidak sepaham dengan kebudayaan masyarakat sana.

Dalam tayangan “Suka Suka Uya” nilai sosial bertemu dengan nilai ekonomi yang mana pada akhirnya pasar dan kapitalis selalu memenangkan jenis dan konten acara televisi. Kebebasan media ini dapat dilihat sebagai dampak dari demokratisasi dan liberalisasi isi media, atau menjadi mudah dalam menghadapi perubahan era dari orde baru yang serba terkekang menuju era reformasi yang bebas. Kebebasan itu berkiblat pada rating dan kepentingan ekonomi, sehingga isi media tidak lagi serta nilai sosial, moral, maupun pendidikan.

Dalam tayangan “Suka Suka Uya” terlihat jelas adanya praktek komodifikasi. Dimana sesuatu yang harusnya menjadi hal pribadi kemudian diangkat dalam sebuah segmentasi program acara untuk dikonsumsi publik. Media dalam hal ini televisi memproduksi program televisi “Suka Suka Uya” dan ditayangkan dan dikonsumsi oleh konsumen dengan tujuan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Media tidak lagi menjadi fasilitas diskursus rasional, melainkan konstruksi, seleksi dan diskursus itu menjadi komoditas hiburan yang dapat dikonsumsi secara pasif oleh para pemirsa. Media televisi kian dilanda hegemoni pasar yang semakin menembus ruang-ruang privat sehingga mengaburkan distingsi antara kehidupan pribadi dan ruang publik. Di sini peran “warga negara” berubah menjadi “konsumen” atau “penonton” belaka yang tunduk pada dikte-dikte kebutuhan naluriah mereka untuk memiliki, memaknai, dan membeli. Di satu sisi, negara dengan perlindungan hukumannya berusaha membela warga negaranya yang sekarang berubah peran menjadi “konsumen”. Namun di sisi lain, pasar mampu mengendalikan birokrasi negara sehingga kebijakan-kebijakan

negara lebih merupakan ekspresi kepentingan bisnis. Dan program “Suka Suka Uya” merambah kehidupan pribadi seseorang melalui hipnotis dengan kedok relaksasi sebagai medianya. Dan selebritis bercerita tanpa adanya suatu paksaan dalam menjajakan privasinya ke publik.



BAB IV

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis FGD yang telah dilaksanakan, dari topik pembahasan mengenai penerimaan khalayak terhadap komodifikasi kehidupan pribadi masyarakat Simo pada program “Suka Suka Uya” menunjukkan bahwa peserta berada pada posisi *Oppositional* dan *Negotiated*. Informan dipandang sebagai khalayak aktif dengan perbedaan kerangka pikirnya memunculkan beragam pemaknaan terhadap tayangan “Suka Suka Uya”. Secara garis besar terdapat dua pembacaan khalayak dalam terhadap komodifikasi kehidupan pribadi yaitu *negotiated*, *oppositional*. Kelompok sosial yang sama (tingkat pendidikan dan jenjang pekerjaan) ternyata memunculkan sub kelas yang memaknai tayangan “Suka Suka Uya” secara berbeda. Adanya korelasi antara kelas sosial dengan posisi pembacaan. Posisi pembacaan lebih ditentukan oleh faktor psikologis pemirsa seperti selera atau pilihan konsumsi media mereka, serta kebiasaan menonton televisi khalayak. Tingkat pendidikan khalayak membantu mereka memberi argumen yang sesuai dengan diskusi terfokus dalam memperoleh pendapat dan pemaknaan terhadap tayangan “Suka Suka Uya”.

Pada dasarnya peserta kurang menerima adanya tayangan “Suka Suka Uya” tetapi jika memang tayangan tersebut masih ditayangkan perlu ada filterisasi lagi dari pihak KPI maupun pembuat program serta batasan-batasan yang harus dibuat sesuai dengan nilai sosial di masyarakat. Dalam hal ini KPI sudah

mengeluarkan teguran kepada program “Suka Suka Uya” pada tanggal 20 Desember 2014 yang berbunyi secara jelas mengatakan bahwa Lembaga Penyiaran dilarang menayangkan wawancara dengan narasumber yang sedang tidak dalam keadaan penuh. Sehingga, hasil akhir dalam penelitian ini dapat menjadi memperkuat rekomendasi kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) terhadap stasiun televisi yang bersangkutan.

B. Saran

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan masih dirasa banyak kekurangan, baik berupa data sajian maupun dalam hal penulisannya. Penelitian ini hanya berhenti pada penerimaan khalayak, saran yang bisa diberikan kepada penelitian selanjutnya adalah meneliti tentang efek yang dapat ditimbulkan terhadap anak-anak maupun remaja terkait pada tayangan yang sejenis dengan program “Suka Suka Uya”. Hal tersebut untuk memperkuat rekomendasi kepada Komisi Penyiaran Indonesia dalam mengambil tindakan terhadap stasiun televisi yang bersangkutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anselm Strauss dan Jubiet Corbin, 2003. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*,
Terj. Muhammad Sodik dan Imam Muttaqien, Yogyakarta : Putaka Pelajar
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Bentang,
- Burton, Graeme. 2007. *Membincangkan Televisi*, Yogyakarta: Jalasutra.
- H.B Sutopo. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif
(Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian) Surakarta: Universitas
Sebelah Maret.
- Hall, Suart. 2006. “ *Encoding-decoding*” dalam *Media and Cultural Studies*.
Cornwall: Blackwell.
- Hurlock, E. B. 1990. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Erlangga.
- Ido Prijana Hadi. 2009. ”*Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception
Analisis*” dalam *Jurnal Ilmiah Scriptura*, vol..3. Surabaya.
- Irwanto, 2006. *Focused Group Discussion*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Kellner, Douglas. 2010. “*Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik
antara Modern dan Postmodern*”. Yogyakarta: Jalasutra.
- Morissan, M.A. 2011. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta
- Mosco, Vincent. 1996. “*The Political Economy of Communication: Rethinking
and Renewal*”, Sage Publications.
- Storey, John. 2007. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta:
Jalasutra.

Sumber Skripsi:

- Mahmuda Cahyaningtyas, Motif Pemirsa Televisi Surabaya Dalam Menonton
Acara Variety Show “EAT BULAGA” di SCTV. Skripsi S-1 Universitas
Pembangunan “VETERAN” Jawa Timur, 2011
- Sri Hastuti, “Penerimaan Guru-guru Bahasa Indonesia SMA Surakarta terhadap
Program Kuis Main Kata sebagai Media Pembelajaran (Studi Khalayak)”.
Skripsi S-1 Institut Seni Indonesia Surakarta, 20012.

Ervin Candra, “Analisis Penerimaan Mahasiswa di Kota Solo Terhadap Program *Magazine On The Spot*. Skripsi-S1 Institut Seni Indonesia Surakarta, 2013.

Ika Lestari, Pemaknaan Komodifikasi Anak-anak di Televisi: Kajian Resepsi Khalayak oleh Ibu Rumah Tangga Terhadap Tayangan Idola Cilik 2, Skripsi S-1 Universitas Diponegoro Semarang, 2009

Sumber dari Internet:

http://id.wikipedia.org/wiki/Simo,_Boyolali diakses pada hari Minggu 19 Januari 2014 pukul 19.00 WIB

<https://www.facebook.com/pages/Suka-Suka-Uya-MNC-TV> diakses pada hari Minggu 12 Januari 16.00 WIB

www.kapanlagi.com/foto/selebri/indonesia diakses pada hari Minggu 19 Januari 19.00 WIB

www.kapanlagi.com/foto/selebri/indonesia diakses pada hari Minggu 19 Januari 2014 pukul 18.30 WIB

